



Clúster Turismo
de Galicia



RED TRANSREGIONAL
DE IMPULSO DE LA RSE

“Guía de RSE para
el sector turístico”

Elaborado por:

Consejería de Trabajo y Bienestar
Dirección General de Trabajo y Economía Social
Agencia de Turismo de Galicia
Clúster de Turismo de Galicia

ÍNDICE

1. Marco contextual	7
2. Alcance y objetivos de la guía	9
3. La RSE ante los retos de la empresa del siglo XXI	11
Origen de la RSE	11
Significado de la RSE	11
Conceptos relacionados con la RSE	11
¿Las siglas RSE, RSC o RS significan lo mismo?	12
¿Existen diferencias entre RSE, filantropía y acción social?	12
¿Cual es la relación entre RSE y sostenibilidad?	12
¿Qué dimensiones y temáticas engloba la RSE?	13
¿Qué actores intervienen en la gestión de la RSE?	13
¿La RSE es producto de una moda?	15
¿Es posible certificar la RSE?	15
¿Qué coste tiene la RSE?	15
¿Es necesario comunicar la RSE?	16
¿La RSE también es posible en las pymes?	16
¿Por qué una pyme debe apostar por la RSE?	17
¿Cómo debe una pyme iniciarse en la RSE?	17
4. RSE y el sector turismo	20
¿Qué es el turismo responsable?	20
Características del turismo responsable	20
Principales estrategias del turismo responsable	21
Conceptos similares a turismo responsable	21
Relación turismo responsable y sostenibilidad	22
Certificación del turismo responsable	23
Gestión de residuos y sostenibilidad	23
¿Qué es la huella de carbono?	24
¿Qué es la huella del agua?	25
¿Qué se entiende por gestión de la cadena de suministro?	25
5. Situación del sector	27
Situación a nivel nacional	27
España	27
Portugal	33
Situación a nivel regional	34
Galicia	34
Navarra	37
Extremadura	37

Tenerife	38
6. Iniciativas orientadas al sector en materia de RSE.	43
A nivel internacional.....	43
A nivel europeo.....	44
A nivel nacional	45
I. España.....	45
II. Portugal.....	47
A nivel regional	48
I. Galicia.....	48
II. Navarra.....	57
III. Tenerife.....	67
IV. Extremadura.....	86
V. Vale do Minho	92
7. Recomendaciones de RSE para pymes del sector	94
Recomendaciones dirigidas a los grupos de interés	94
En general.....	94
Comunidad	95
Proveedores.....	96
Clientes.....	97
Inversores.....	98
Personal de la empresa	98
Recomendaciones dirigidas a la protección del medio ambiente	99
8. Herramientas y recursos de RSE para la gestión de una pyme.	104
Xunta PRO-RSE	104
Herramienta para la medición del impacto económico de la RSE.....	105
Sistema de gestión InnovaRSE	106
Metodología Xertatuadi.....	107
Dircom 2R.....	107
Autodiagnóstico RSE. Fundación ONCE.....	107
Herramienta para evaluar el consumo energético: El e-Toolkit de HES.	107
Herramientas para calcular la HC: Calculadora de la HC.....	108
Guías de RSE específicas del sector turístico. Impacto ambiental	108
9. Certificaciones en materia de RSE.....	110
Certificaciones específicas del sector turismo.....	110
Certificaciones de carácter general aplicables a cualquier sector-empresa.....	113
10. Otros organismos e instituciones de interés en materia de RSE, según temática.....	116
Filantropía y mecenazgo	116
Voluntariado corporativo	116

Redes empresariales comprometidas con la RSE	117
Fomento inclusión social	117
Gestión responsable de la cadena de suministro	118
Emprendimiento social	118
Socio-eco-diseño	119
Inversiones socialmente responsables	119
Protección ambiental y de la biodiversidad	119
Códigos de conducta	120
Turismo sostenible	120
Iniciativas de la administración vinculadas a la RSE	121
11. ANEXO: Muestra gráfica de algunas de las herramientas de RSE para la gestión de una pyme	123



1.

Marco
contextual

1. Marco contextual

La Xunta de Galicia, a través de la Consejería de Trabajo y Bienestar, viene desarrollando desde el año 2012, el proyecto denominado **“Red Transregional de Impulso de la RSE”**, que tiene como principal objetivo la promoción, difusión y concienciación de la responsabilidad social empresarial en las pymes y está cofinanciada por el Fondo Social Europeo a través de su Programa Operativo 2007 – 2013 y, en concreto, de su Eje 4.

Este proyecto se trata de una de las numerosas acciones que están contenidas, definidas y desarrolladas en el Plan Estratégico Gallego de Responsabilidad Social Empresarial 2012 - 2014, y constituye una respuesta a la firma del acuerdo entre el Gobierno de la Xunta de Galicia, la Confederación de Empresarios de Galicia (CEG), la UGT - Galicia y el Sindicato Nacional de CC.OO. de Galicia.

La red está integrada por:

- Promotor del proyecto: Xunta de Galicia
- Partenariado: el Gobierno de Navarra, el Cabildo Insular de Tenerife, la Uniminho/Asociación del Valle del Minho Transfronterizo y el Gobierno de Extremadura.

Sus **objetivos generales** son:

- Crear una red público – privada, transregional, que promueva la RSE.
- Diseñar herramientas que faciliten la puesta en común de experiencias y mejoren el seguimiento y la evaluación del impacto a nivel empresarial.
- Incrementar el grado de visibilidad de la RSE y valorar su contribución al desarrollo sostenible de las entidades colaboradoras.
- Incrementar la participación activa de las entidades colaboradoras en el proyecto
- Obtener una imagen real del grado de asimilación e implantación de las iniciativas de RSE en el tejido empresarial, con el objetivo de elaborar y obtener tendencias, evaluar resultados y medir el impacto de las políticas activas puestas en marcha, en cada momento, región y país.
- Garantizar un mínimo grado de difusión y divulgación del proyecto y de sus productos, utilizando vías de comunicación de gran alcance e impacto en la actualidad, como son, las redes sociales y los recursos 2.0, de tal modo que la RSE sea un factor clave de la gestión empresarial.

Una vez transcurridos dos años de ejecución del proyecto y tras haber obtenido una valoración muy positiva de los resultados alcanzados, por parte de las regiones participantes se acuerda trabajar en la senda de la especialización y la especificidad y de esta forma elaborar herramientas de difusión y conocimiento de la RSE de un modo sectorial.

Así, tras analizar e identificar aquellos sectores con mayor peso y potencialidad en la economía gallega y en las demás regiones socias, se acordó llevar a cabo la elaboración de una **guía de RSE específica para el sector turismo**.



2.

Alcance y
objetivos
de la guía

2. Alcance y objetivos de la guía

Partiendo de que las pequeñas y medianas empresas son el alma de la economía en nuestra comunidad, en España, Portugal y en el resto de países de nuestro continente y teniendo en cuenta, los principales retos y frenos que la responsabilidad social empresarial supone para la mayoría de las pymes de nuestro país (en especial en las regiones que integran la “Red Transregional de Impulso de la RSE”) y el grado de impacto que toda empresa genera en nuestro entorno, y en concreto en la actividad desarrollada en el sector turismo, se tiene que es necesario una **especial concienciación y un nuevo modelo de gestión empresarial basado en una gestión responsable y sostenible de los recursos.**

Así, desde **la Xunta de Galicia, en colaboración con los socios del proyecto** (Gobierno de Navarra, el Cabildo de Tenerife, la Uniminho/Asociación del Valle del Miño Transfronterizo, el Gobierno de Extremadura) **y con la Agencia y el Clúster de Turismo de Galicia,** se han creado los cimientos necesarios y se han dado los primeros pasos para facilitar al sector turismo de un recurso que sin duda le reportará un importante beneficio: **“Guía de la Responsabilidad Social Empresarial del Sector Turismo”**

La presente guía que pretende constituir un referente para las pymes del sector, tratará de:

- **Ser un tutorial** (Contendrá y aclarará conceptos e ideas de RSE que en muchas ocasiones son desconocidos)
- **Cambiar la percepción de que la RSE supone un coste**
- **Adaptar su contenido a las realidades empresariales de las pymes**
- Ayudar y dar soporte a la hora de **identificar qué tipo de actuaciones se consideran RSE y sus temáticas.**
- **Aumentar la visibilidad de las iniciativas implantadas en las pymes** y potenciar su comunicación o transferencia a otras empresas.
- **Señalar referencias** de proyectos, iniciativas, publicaciones, entidades públicas y privadas comprometidas e implicadas en la RSE, etc. **que puedan orientar a cualquier pyme con especial interés y curiosidad por la materia.**

Con dicha guía, se pretende facilitar el camino a la pymes a la hora de iniciar o continuar su camino en la RSE, puesto que esta les facilitará recursos y herramientas necesarias para ello y les dará respuesta a cuestiones como: ¿Qué es la RSE?, ¿Sus temáticas?, e incluso, a cuestiones más específicas del sector como: ¿Turismo sostenible?, la importancia del sector en cifras y sus previsiones, el peso que el sector tiene en nuestra economía, empleo que genera, etc.

Además, en dicha guía se señalarán tanto iniciativas de RSE vinculadas al sector turístico, que pueden aportar diferentes puntos de vista y se centran en temáticas y subsectores diferentes, como, casos reales y ejemplos de experiencias y buenas prácticas de numerosas empresas del sector, que bien por su espíritu y convicción hacia la sostenibilidad o bien porque lo consideran un modelo atractivo y comercializable, ya forman parte de la gran familia de pymes comprometidas y activas en la RSE.



3.

La RSE ante los retos de la empresa del siglo XXI

3. La RSE ante los retos de la empresa del siglo XXI

El objetivo de este punto es responder a las preguntas más frecuentes sobre RSE que es necesario aclarar antes de profundizar en la guía y en la RSE específica del sector turismo.

Origen de la RSE

Numerosos especialistas en la materia, sitúan a lo que hoy en día denominamos **responsabilidad social empresarial**, en torno al siglo XIX en Europa.

Robert Owen¹, frustrado por las consecuencias sociales de la introducción del capitalismo durante la primera revolución industrial, buscó la forma de **promover una sociedad mejor desde su posición como empresario**. Su planteamiento era utópico, pero no irreal, porque **pretendía sustituir el sistema capitalista por otro más justo que evitara las desigualdades del capitalismo**.

Significado de la RSE

El concepto de responsabilidad social empresarial implica los siguientes principios fundamentales:

1. **Carácter voluntario.**
2. **Superación de los requisitos legales**
3. Consideración de **compromisos éticos, sociales, económicos y ambientales**, que se convierten en obligación para quien los contrae.
4. **Integración en la estrategia, procesos y actividades de la empresa.**
5. **Atención e implicación de los grupos de interés** (clientes, empleados, proveedores, accionistas, competidores, comunidad, administración, etc.)

Así, podemos definir la RSE como la **asunción voluntaria por parte de cualquier empresa u organización de una serie de compromisos con los que pretende gestionar sus impactos en la sociedad, en la economía y en el medioambiente**, de tal manera que se fundamente y persiga, de un modo continuo, la búsqueda del equilibrio entre la obtención de beneficio económico y el beneficio para el conjunto de la sociedad y colectivos implicados.

Conceptos relacionados con la RSE

A continuación se indica las diferencias y similitudes entre los conceptos que se prestan a confusión con el concepto de RSE, así como la relación existente entre ellos.

De este modo, teniendo en cuenta la definición de RSE podemos responder a las siguientes preguntas:

¹ **Robert Owen** fue un socialista utópico que defendía la posibilidad de desarrollar un sistema económico alternativo al capitalista, más justo basado en la sociedad cooperativa. Owen abogaba por un comportamiento responsable de la empresa hacia sus trabajadores, el cual no era incompatible con la obtención de beneficios. En este sentido, se puede hablar de Robert Owen como uno de los padres del cooperativismo y de la RSE.

¿Las siglas RSE, RSC o RS significan lo mismo?

Se tiene que existe una **sutil diferencia** en el significado de la responsabilidad social corporativa (**RSC**) y la responsabilidad social empresarial (**RSE**), tanto en cuanto, existe diferencia entre empresa y corporación, entendiendo que ésta última incorpora a organizaciones empresariales o no, de cualquier tamaño.

No obstante, existe una gran diferencia entre **RSE o RSC** y responsabilidad social (**RS**), puesto que la responsabilidad social se entiende como el compromiso que tiene la ciudadanía, las instituciones -públicas y privadas- y las organizaciones sociales, en general, para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad local y global.

¿Existen diferencias entre RSE, filantropía y acción social?

RSE y filantropía: La RSE es una contribución activa y voluntaria con ejes sociales, económicos y ambientales, que de encontrarse integrada en la misión de la organización, tiene el objetivo de mejorar su situación competitiva, aportar valor a la empresa y beneficiar a sus trabajadores y a las comunidades que se encuentren dentro del área de influencia. No obstante la filantropía se basa en la inversión que no espera beneficios ni está alineada a la estrategia de la compañía.

Así, la responsabilidad social empresarial no debe ser entendida como mera filantropía, pues no se trata de realizar acciones de beneficencia sino de delinear las actuaciones estructurales de la organización de forma que tengan en cuenta los intereses de todos los afectados por ella.

RSE y acción social: Es importante separar y no confundir los conceptos de responsabilidad social con acción social. Mientras que la RSE debe tratar de cómo se consigue el beneficio, la acción social tiene que ver con qué hacemos con parte de ese beneficio.

¿Cual es la relación entre RSE y sostenibilidad?

Existe una estrecha relación entre los términos de responsabilidad social y sostenibilidad empresarial, no obstante se trata de conceptos diferentes.

La **responsabilidad social empresarial** se puede entender como la responsabilidad de las empresas con respecto a sus impactos en la sociedad (impactos sociales, económicos y ambientales), mientras que el **desarrollo sostenible**, se define como el desarrollo que satisface las necesidades de la sociedad respetando los límites ecológicos del planeta y sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus necesidades.

Así, cuando hablamos de empresas, la responsabilidad social es el camino, que incluye las acciones, valores y comportamientos, que nos conducen a la sostenibilidad, o dicho de otro modo, **la responsabilidad social es el camino y la sostenibilidad, el destino.**

Por tanto, el objetivo primordial de una organización socialmente responsable debería ser contribuir al desarrollo sostenible.

¿Qué dimensiones y temáticas engloba la RSE?

Tras conocer en detalle el significado de RSE, se puede decir que la responsabilidad social empresarial abarca **tres dimensiones** sobre las que una empresa desarrolla actividades y comportamientos responsables, y en las que debe crear valor para garantizar su sostenibilidad a medio y largo plazo:

- **Social:** Aspectos relacionados con las personas de la organización y con la comunidad donde la empresa desarrolla su actividad.
- **Económica:** Aspectos relacionados con la ética, el buen gobierno, la eficiencia en las operaciones, la cadena de suministro, la transparencia y la comunicación.
- **Medioambiental:** Abarca los aspectos relacionados con el compromiso ambiental de la empresa.

Dichas dimensiones se pueden contemplar desde dos perspectivas:

- **Perspectiva interna:** se refiere a la gestión que la propia empresa realiza de sus recursos y los impactos que estos provocan internamente.
- **Perspectiva externa:** se refiere a cómo la empresa interactúa con su entorno, gestiona el impacto de sus productos y recursos en la comunidad y genera empleo de calidad y riqueza.

Ejemplos prácticas de RSE

	Social	Económica	Medioambiental
Interna	Beneficios sociales	Transparencia y comunicación	Ecoeficiencia
	Conciliación laboral	Sistemas de gestión de la calidad	Reducción emisiones CO2
	Gestión de la diversidad	Eficiencia operacional	Reciclaje
	Igualdad de género	Modelos de excelencia	Reducción de consumos energéticos
	Desarrollo profesional y formación	Gestión de la innovación	Reducción de consumos de embalajes
	Inclusión colectivos desfavorecidos	Medición y seguimiento	Uso de energías renovables
	Accesibilidad		
Externa	Voluntariado	Evaluación de la cadena de proveedores	Conservación del entorno
	Creación de empleo	Capacidad de acceder a nuevos mercados	Compensación de emisiones de CO2
	Implicación de colectivos desfavorecidos	Inversión socialmente responsables	Formación ambiental a clientes, proveedores, comunidad, etc.
		Donaciones, patrocinios, mecenazgo	

¿Qué actores intervienen en la gestión de la RSE?

Cuando se habla de responsabilidad social empresarial se suele hablar de grupos de interés, puesto que en términos prácticos, se puede definir la **RSE** como la **gestión responsable de los impactos de la empresa sobre los grupos de interés con que se relaciona**.

Los **grupos de interés, partes interesadas o stakeholders**, se definen como todas aquellas personas, grupos, colectivos u organizaciones que se ven afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad empresarial, y por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente el desarrollo de ésta (relación bidireccional).

No hay una lista genérica de stakeholders de empresas, ya que éstos, cambian con el tiempo y dependen del tipo de empresa, su ubicación, sector de actividad, etc. Se pueden dividir en grupos de interés internos y externos:

- **Grupos de interés internos:** son los grupos que pertenecen a la estructura interna de la empresa: gerencia; accionistas; trabajadores; etc.
- **Grupos de interés externos:** aquellos que no pertenecen a la estructura interna de la empresa: Clientela; proveedores; competencia; administraciones públicas; sociedad; etc.



Por ello, toda empresa u organización que tenga el deseo de desarrollar su actividad económica en armonía y en equilibrio con su entorno y comunidad, debe tener la preocupación e inquietud de trabajar en la **identificación y clasificación de los grupos de interés**. Para esta identificación se pueden utilizar distintas dimensiones:

- Por responsabilidad: personas con las que tiene o tendrá responsabilidades legales, financieras y operativas, es decir, contratos, colaboraciones, etc.
- Por influencia: personas que tienen o tendrán posibilidad de influenciar (de manera informal o con poder formal) la capacidad de la organización para alcanzar sus metas
- Por cercanía: personas con las cuales interactúa la organización
- Por dependencia: se trata de las personas que más dependen de la organización, como, por ejemplo, el personal y sus familias, la clientela, las empresas proveedoras, etc.
- Por representación: personas que, a través de estructuras regulatorias o culturales/tradicionales, representan a otras personas, es decir, representantes sindicales, asociaciones de vecinos, etc.

De este modo, se deduce que **no todos los grupos de interés mantienen el mismo grado de relación con la organización**, ni demandan la misma información, por lo que la gestión de grupos de interés bajo el prisma de la responsabilidad social empresarial y la sostenibilidad, implica la búsqueda de un equilibrio entre todas las demandas, ofreciendo respuestas que permitan satisfacerlas de manera eficaz.

¿La RSE es producto de una moda?

La RSE no es, en absoluto, el producto de una moda pasajera, sino que es el fruto de décadas de trabajo, de sensibilización, movimientos, etc. llevados a cabo por ciudadanos, empresarios, administraciones e investigadores, que han venido haciendo hincapié en una serie de realidades y de hechos que abocan a llevar a cabo un **cambio de modelo de vida, de empresa y de nuestra realidad individual**, y que se resume fundamentalmente en escuchar (participación activa de los grupos de interés) y comunicar más (empresas más transparentes) a los grupos de interés.

¿Es posible certificar la RSE?

Se han desarrollado varios estándares de certificación que actúan como documentos técnicos que establecen los requisitos para implantar un sistema de responsabilidad social en las organizaciones, apostando por la mejora continua y contemplando de forma sistemática y eficaz la relación con todos los grupos de interés de una organización.

Estas certificaciones están asociadas a dimensiones específicas de la RSE; por ejemplo, se puede certificar el sistema de gestión, las compras responsables, el desarrollo de políticas de igualdad y no discriminación, la información incluida en una memoria de sostenibilidad o la medición del impacto medioambiental, **pero no se puede certificar de manera íntegra la RSE**.

Estos estándares se caracterizan por tratarse de herramientas que cubren todas las expectativas de las organizaciones de cualquier sector, tanto para aquellas que comienzan a implantar la estrategia de RSE, como para aquellas que ya han recorrido parte del camino y necesitan integrar en el negocio las acciones en las que ya está trabajando.

Como ejemplos de estos estándares podemos citar, entre otros: SGE 21, SA 8000, IQNet SR10, etc.

No obstante, cabe señalar que el comportamiento responsable de una organización y de sus miembros vendrá legitimado por sus grupos de interés, aunque algunas certificaciones, estándares internacionales o sellos, ayuden a comparar resultados y a poder comunicar esa responsabilidad.

¿Qué coste tiene la RSE?

El coste económico **dependerá del punto de partida y del grado de implicación que se desee o que se necesite**. En cualquier caso, el compromiso de la alta dirección es imprescindible para

la implantación con éxito de cualquier iniciativa en el ámbito de la RSE y se debe prever destinar recursos financieros, tiempo y personal para su adecuada implantación.

Cabe señalar que si la empresa quisiera comenzar a adentrarse en el mundo de la RSE de un modo progresivo y diseñando un traje a medida, el coste podría suponer, únicamente, el sumatorio del coste hora de las distintas personas que integran la plantilla de la pyme y que se encargarían de poner en marcha las distintas actuaciones y el correspondiente seguimiento, puesto que hay que tener en cuenta que hoy en día existen numerosos recursos gratuitos en materia de RSE en la red: guías, programas de formación, metodologías, herramientas de autodiagnóstico, etc.

¿Es necesario comunicar la RSE?

La responsabilidad social empresarial, entendida como modelo de gestión, se sustenta en estrategias permanentes de comunicación.

Para que una empresa sea reconocida como socialmente responsable y pueda garantizar su competitividad, debe conocer las expectativas de las partes interesadas, ajustar su accionar a éstas, comunicar para apropiar su estrategia de RSE en la totalidad de la corporación, y rendir cuentas. La premisa base es el derecho de la sociedad en general y de las partes interesadas, a conocer y a participar. En síntesis, **la comunicación es la plataforma esencial del proceso.**

Así, **ser socialmente responsable implica la obligación inherente de comunicar y ser transparente con nuestros grupos de interés.**

El resultado de una estrategia de RSE y de una adecuada plataforma de comunicación que la acompañe, debe contribuir a añadir valor a la empresa, generar confianza, construir reputación y movilizar a otras empresas en favor del desarrollo sostenible.

¿La RSE también es posible en las pymes?

Sin duda la RSE es posible en las pymes y su futuro depende de ellas.

Debemos tener en cuenta que las pymes son, indudablemente, un elemento generador de crecimiento y desarrollo, por su elevada capacidad de crear empleos productivos y por ser un elemento estratégico para cualquier proceso de transformación social y cultural en cualquier país.

Cabe señalar que **las pymes tienen numerosas ventajas frente a las grandes empresas a la hora de implantar criterios de RSE**, puesto que en general las pymes:

- Desarrollan sus actividades en un ámbito geográfico reducido, lo que les permite centrarse en mercados locales y gozar de un mejor conocimiento de las inquietudes existentes en las comunidades en las que desarrollan su actividad.
- Disponen de un contacto directo con la sociedad, que les permite ofrecer una respuesta a los cambios y una detección de oportunidades más rápida.

- No tienen una presión fuerte por el incremento del beneficio a corto plazo.
- Los valores éticos, sociales y medioambientales del gerente, ocupan un lugar importante en la definición de la misión y de la estrategia de la empresa.

Por otro lado, es necesario tener en cuenta que la falta de conocimiento e información sobre la RSE, distorsiona la realidad hasta el punto que, en ocasiones, se estén llevando a cabo actuaciones de RSE y estas no se consideran como tal.

¿Por qué una pyme debe apostar por la RSE?

Para una pyme apostar verdaderamente por la RSE supondría:

- Pensar en sostenibilidad en todos los sentidos y aspectos (social, ambiental y económico).
 - Seguridad y estabilidad en la cadena de suministro, al tener unos proveedores fieles.
 - Incrementar el compromiso y la creatividad del personal interno de la empresa, al contar con un clima laboral favorable.
 - Crear y mantener unos clientes satisfechos e identificados con los principios y valores de la empresa.
 - Etc.

Así, una **pyme socialmente responsable** es aquella que se presta al diálogo y acuerdos beneficiosos para todas las partes y no se centra en generar beneficio de un modo rápido y cortoplacista, sino en fraguar relaciones duraderas en el tiempo.

No obstante, cabe destacar que cuando llevamos a cabo un análisis de la RSE debemos tener en cuenta que lo más importante es comprender que los negocios o actividades empresariales, tienen sentido en la sociedad, si la misma sociedad considera que su contribución es positiva y por lo tanto valiosa.

¿Cómo debe una pyme iniciarse en la RSE?

Lo primero que debe plantearse una **pyme** al iniciarse en la **RSE** es saber a dónde quiere llegar con este propósito y conocer el lugar donde se encuentra en el momento inicial, sus fortalezas y debilidades, su propio mercado o las expectativas de sus interlocutores entre otros.

Para incorporar la responsabilidad social empresarial (RSE) en la gestión de las pymes es aconsejable llevar a cabo, al menos, los siguientes pasos:

- **Autodiagnóstico:** En ocasiones, las empresas realizan acciones de RSE de manera puntual e inconsciente, por lo que es recomendable que toda empresa realice un pequeño diagnóstico a través del cual se consiga una visión, más o menos nítida, de cómo se encuentra en cada una de las dimensiones de la RSE (social, económica y ambiental)
- **Compartir valores:** La defensa que haga la empresa de sus valores es la que marca su cultura de responsabilidad social, y esto debe ser compartido con todos los que participan en su desarrollo: propietarios, gestores, empleados, clientes, proveedores e incluso las empresas afines en el marco de asociaciones sectoriales y empresariales.

- **Comunicación con los grupos de interés:** Una de las principales claves de la RSE es establecer un modelo de gestión abierto, flexible y participativo.
- **Compromiso por la sostenibilidad**
- **Integración:** La RSE debe integrarse progresivamente en todas las actividades de la empresa.
- **Participación:** Todas las personas que integran la empresa tienen un papel en el desarrollo e implantación de las políticas de RSE. Cada uno a su nivel y dependiendo de la función que desempeñe.
- **Difusión:** La empresa además de difundir sus valores, políticas y buenas prácticas en sus círculos de influencia, debe tratar de articular actuaciones de un modo colectivo, por medio de las asociaciones del sector, de tal modo que conseguiría ampliar sus canales de difusión, aumentar su grado de visibilidad y adquirir una ventaja competitiva, y una repercusión social que mejoraría su imagen y consecuentemente su capacidad para atraer y generar nuevos clientes.

Cabe señalar que al existir innumerables tipos de pymes, existirán diversas formas de implantar la RSE en su gestión, ya que cada pyme trabajará en aquellas “temáticas-cuestiones” que, por su sector, actividad, tamaño o localización, le aporten más valor, desarrollando iniciativas en función de su punto de partida y de las necesidades de sus grupos de interés, buscando siempre en sus actuaciones de RSE la afinidad con su actividad e integrándolas en su estrategia de empresa.



4.

RSE y el sector turismo

4. RSE y el sector turismo

Tras dar respuesta a las dudas generales sobre la RSE, en el siguiente apartado se responderá a las principales dudas específicas que toda pyme del sector turístico puede plantearse sobre la RSE.

¿Qué es el turismo responsable?

El turismo es una fuente de ingresos importante para el crecimiento y desarrollo de la economía de un país directa e indirectamente. La industria del turismo es considerada como una importante fuerza motriz del desarrollo económico de un lugar (país), ya que a través de esta actividad, el turista consume ocio, cultura, productos, bienes y servicios.

Sin embargo, la realidad actual nos demuestra que el turismo provoca un impacto socioeconómico, ambiental y cultural negativo en la sociedad receptora si este no tiene en cuenta una serie de variables. Por este motivo se empieza a desarrollar el concepto de **turismo responsable**, como medida inclusiva de buenas prácticas respecto al “turismo de masas”.

Ante esta situación, **el turismo responsable** no aparece como un tipo o modelo de turismo específico, sino como un **movimiento** que:

- Busca establecer modelos de desarrollo turístico sostenibles y específicos para cada zona de destino, para lo que se han de tener en cuenta sus variables sociales, económicas y medioambientales;
- Denuncia los impactos negativos que el turismo conlleva o puede conllevar en las sociedades anfitrionas, así como la imagen distorsionada que los visitantes pueden hacerse de la realidad que han ido a conocer;
- Valora y reclama la responsabilidad de turistas, tour-operadores, anfitriones e instituciones públicas a la hora de favorecer modelos turísticos sostenibles.

Así, el turismo responsable es aquel que satisface las necesidades de los turistas y de las regiones de destino, al mismo tiempo que protege y garantiza la actividad de cara al futuro, siendo su objetivo final, el desarrollo socioeconómico de la sociedad en general, para no tener un impacto medioambiental, social y económico en la zona que se visita.

Características del turismo responsable

El turismo responsable se caracteriza por:

- **Minimizar los impactos negativos** desde el punto de vista económico, ambiental y social.
- **Crear mayores beneficios** para la población local y **mejorar el bienestar** de las comunidades de acogida.
- **Involucrar a la población local** en las decisiones que afectan sus vidas y oportunidades de vida.

- **Hacer contribuciones positivas para la conservación del patrimonio natural y cultural** para contribuir a la conservación de la diversidad cultural del mundo.
- **Proporcionar experiencias más agradables para los turistas** a través del contacto con la población local y una mayor comprensión de los aspectos sociales y ambientales de las cuestiones de la cultura local.
- **Ser culturalmente sensible**, promocionar respeto y entendimiento entre los turistas y los anfitriones y contribuir al desarrollo de la confianza y el orgullo local.

Así, el turismo responsable se puede entender como una filosofía de vida que es respetuosa con el entorno natural, contribuye a la prosperidad local y es sensible con las particularidades de la cultura del lugar.

Principales estrategias del turismo responsable

Las principales estrategias del turismo responsable en todas las sociedades son las siguientes:

- Promover el uso del transporte público y la bicicleta.
- Reconocer, valorizar y respetar la cultura, la tradición y sobre todo a las personas. Conviviendo con las poblaciones de acogida en búsqueda de una auténtica inmersión cultural.
- Promover una conciencia ecológica y unas actitudes éticas, responsables, respetuosas, sencillas y no consumistas.
- Generar recursos a las comunidades locales, a corto y largo plazo.
- Generar ingresos para la conservación y rehabilitación de ecosistemas y patrimonio.
- Apoyar a los derechos humanos, los movimientos democráticos, la participación ciudadana y el asociacionismo.
- Luchar por minimizar los impactos indeseables del turismo, como son: el turismo sexual, la explotación infantil, el dumping inmobiliario, la evasión de divisas, etc.
- Pensar en pequeña escala:
 - El uso de bienes y servicios locales y de escala familiar beneficia a la comunidad de acogida.
 - El grupo de viaje reducido, permite interactuar con la población local y conocer a otras personas.
- Proteger el Medio ambiente: Conservar recursos; minimizar residuos; proponer medidas paliativas o compensatorias de efectos negativos como por ejemplo las emisiones de CO₂.

Conceptos similares a turismo responsable

Además del concepto de turismo responsable se están manejando otro tipo de términos que pueden llevar a la confusión, aunque en la mayoría de casos estamos hablando de conceptos muy parecidos:

- **El Turismo Justo** se utiliza para referirse a aquel tipo de turismo entre las empresas, las administraciones locales y la población.

- **El Turismo contra la pobreza (pro-poor tourism)** es un movimiento a favor de proyectos turísticos que directamente buscan la reducción de la pobreza en determinado país o comunidad.
- **El Turismo sostenible** se puede entender que es casi sinónimo del turismo responsable, ya que implica una actuación en tres ejes: el económico, el ambiental y el sociocultural. No obstante, en los últimos años el concepto ambiental es el que ha ido ganando protagonismo dentro de este concepto.
- **El turismo comunitario** es el que se refiere a aquellos proyectos turísticos impulsados desde la propia comunidad local e inciden en el beneficio de la misma.
- **El turismo solidario** sería el que impulsa viajes en los que el turista realiza algún tipo de contribución hacia determinados proyectos de cooperación, ya sea aportando material, dinero o trabajo. Es tan sólo una parte del turismo responsable.

Como se observa son muchos los conceptos, pero la mayoría de ellos hacen referencia a una nueva forma de viajar: *aquella que no da la espalda a la comunidad local*.

Relación turismo responsable y sostenibilidad

El turismo Responsable, es sostenible en las tres principales áreas en las que se estructura una sociedad: económica y socialmente equitativo, económica y ecológicamente viable, y social y ecológicamente soportable, es decir, **sostenible social, económica y medio ambientalmente**.

El turismo sostenible se puede definir como el turismo que **tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales** para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.

Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. **Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico**, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Por lo tanto, el **turismo sostenible** debe:

- **Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales** (elemento fundamental del desarrollo turístico) manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- **Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas**, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- **Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo**, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socio-económicos bien distribuidos.

El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los grupos de interés, así como un liderazgo firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de sus incidencias, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.

El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles.

Certificación del turismo responsable

El principal problema para el consumidor turista que busca utilizar únicamente productos o servicios que respetan los principios del turismo responsable es que **no existe una certificación global que permita garantizar que el producto que se ofrece cumple con los preceptos de este tipo de turismo**. No obstante y afortunadamente **existen distintos tipos de certificaciones locales** a las que se debe prestar atención, como por ejemplo: **Biosphere hotels** (acredita a los establecimientos hoteleros que integran el factor medioambiental en su gestión en: ahorro de energía y agua, consumo de energías limpias, gestión de residuos, minimización de la contaminación atmosférica, etc); **Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST)** (diseñado para categorizar y diferenciar empresas turísticas de acuerdo al grado en que su operación se acerque a un modelo de sostenibilidad, en cuanto al manejo de los recursos naturales, culturales y sociales) ; etc.

Gestión de residuos y sostenibilidad

La actividad del sector turístico es una actividad que, sin duda, tiene un gran impacto en la generación de residuos. Por ello, cuando hablamos de la gestión de residuos debemos tener muy en cuenta que esta gestión debe caracterizarse por su componente sostenible.

El sistema lineal de nuestra economía (extracción, fabricación, utilización y eliminación) ha alcanzado sus límites. Se empieza a vislumbrar el agotamiento de una serie de recursos naturales y de los combustibles fósiles. Por lo tanto, la **economía circular** propone un nuevo modelo de sociedad que utiliza y optimiza los stocks y los flujos de materiales, energía y residuos, siendo su objetivo la eficiencia del uso de los recursos.

De este modo se tiene que la **economía circular está vinculada totalmente con la gestión sostenible de los residuos** que centra sus esfuerzos en la conocida **regla de las 3R**:

- **Reducir:** es la erre más importante ya que tiene el efecto más directo y amplio en la reducción de los daños al medio ambiente, y consiste en la reducción del consumo de bienes o energía:
 - Reducir o eliminar la cantidad de materiales destinados a un uso único (por ejemplo, los embalajes).

- Adaptar los aparatos en función de sus necesidades (por ejemplo poner lavadoras y lavavajillas llenos y no a media carga).
- Reducir pérdidas energéticas o de recursos: de agua, desconexión de aparatos eléctricos en stand by, conducción eficiente, desconectar transformadores, etc.
- **Reutilizar:** segunda erre más importante debido a que también reduce el impacto en el medio ambiente, indirectamente. Ésta se basa en reutilizar un objeto para darle una segunda vida útil. Todos los materiales o bienes pueden tener más de una vida útil, bien sea reparándolos para un mismo uso o con imaginación para un uso diferente.
- **Reciclar:** Es la erre más popular y menos eficaz ya que el sistema de consumo actual ha preferido usar envases de materiales reciclables (plásticos y bricks, sobre todo), pero no biodegradables. Por tanto se requiere el uso de personal y energía para someter los materiales al proceso necesario para su reutilización. Esto significa que mediante el reciclaje se reduce de forma verdaderamente significativa la utilización de nuevos materiales, y con ello, la generación de basura "nueva", sin embargo hay que recordar que al reciclar se gasta mucha energía y se contamina al procesar los residuos.

¿Qué es la huella de carbono?

El cambio climático, provocado por la emisión de gases de efecto invernadero (en adelante GEI) y en especial del CO₂, es el azote de nuestro tiempo y existen evidencias considerables de que la mayor parte del calentamiento global ha sido causado por las actividades humanas. Hoy en día, casi todas las actividades que realizamos (movilidad, alimentación, etc.) y bienes que poseemos (bienes de consumo, hogar, etc.) implican consumir energía, lo que significa contribuir a las emisiones a la atmósfera.

Así, la **huella de carbono** (en adelante HC) representa tanto una medida que contribuye a que las organizaciones sean entidades socialmente responsables, como un elemento más de concienciación para la asunción entre los ciudadanos de prácticas más sostenibles.

Se pretende cuantificar la cantidad de emisiones de GEI, medidas en emisiones de CO₂ equivalente, que son liberadas a la atmósfera debido a nuestras actividades cotidianas o a la comercialización de un producto. Este análisis abarca todas las actividades de su ciclo de vida (desde la adquisición de las materias primas hasta su gestión como residuo) permitiendo a los consumidores decidir qué alimentos comprar en base a la contaminación generada en los procesos por los que ha pasado.

La medición de la HC de un producto crea verdaderos beneficios para las organizaciones puesto que la HC identifica las fuentes de emisiones de GEI de un producto y por lo tanto permite definir mejores objetivos, políticas de reducción de emisiones más efectivas e iniciativas de ahorros de costo mejor dirigidas.

¿Qué es la huella del agua?

El turismo depende en gran medida de los recursos hídricos. Los turistas no sólo necesitan y consumen agua al beber, comer e higienizarse, sino también al participar en actividades recreativas y de esparcimiento como esquí, rafting, kayak, visitas, visitar bodegas, etc. En las primeras el consumo de agua es sencillo de visualizar, pero en las otras mencionadas se insumen grandes cantidades de agua de manera indirecta: el agua necesaria para el riego, el mantenimiento de espacios verdes y aseo de los establecimientos, la fabricación de los artículos regionales que compran, etc. El agua entonces, es también fundamental para el desarrollo del turismo, y por ello todos los actores involucrados en el sector -hoteles, comercios, restaurantes, gobierno y la comunidad en general- debe tener presente que es un recurso limitado y que su uso debe ser sostenible.

Así, **la huella hídrica o huella de agua** se define como el volumen total de agua dulce usado para producir los bienes y servicios producidos por una empresa, o consumidos por un individuo o comunidad.

La huella de agua se puede calcular para cualquier grupo definido de consumidores (por ejemplo, individuos, familias, pueblos, ciudades, provincias, estados o naciones) o productores (por ejemplo, organismos públicos, empresas privadas o el sector económico).

Recientemente se ha aprobado la norma ISO 14046, cuyo principal objetivo es evaluar los **impactos ambientales** de las actividades de las organizaciones sobre el agua, favoreciendo la mejora en la gestión de este recurso escaso.

¿Qué se entiende por gestión de la cadena de suministro?

La gestión de la cadena de suministro en una pyme del sector turístico requiere la realización de un análisis de todas las empresas que participan en la producción, distribución y comercialización de un producto o servicio, ya que para la obtención de cualquier producto, toda pyme turística integra numerosos elementos que son gestionados con el fin de maximizar el valor del producto/servicio que se le presta al consumidor, mientras se minimizan los costes de la gestión.

Es por ello que cuando hablamos de la gestión de la cadena de suministro, en RSE, debemos tener en cuenta que no todo vale para minimizar los costes y maximizar el beneficio, sino que es necesario **trabajar con los distintos actores que intervienen en la cadena de suministro con el objetivo de que los criterios de la RSE se apliquen en todas las fases y actividades de la cadena, velando y contribuyendo al desarrollo y bienestar de los distintos actores y grupos de interés intervinientes.**



Situación del sector

5. Situación del sector.

Situación a nivel nacional

España

A la hora de intentar comprender el comportamiento del sector turístico y predecir su futuro, es importante desgranar los diversos componentes que integran el todo.

Principales segmentos del sector turístico español. Uno de los principales rasgos definitorios del modelo turístico español es su especialización en el segmento vacacional. Este representa entre el 80 y el 90% del total. Dentro de este segmento, nos referimos sobre todo al turismo de sol y playa, con el 75% del mercado.

Además, se trata de un sector con un **fuerte componente estacional**, es decir que tiene importancia sobre todo en verano. Lo bueno de esto, es que las empresas pueden adaptarse a la demanda, lo malo es que las mismas empresas no invierten en formación de sus trabajadores y por tanto, la **mayor parte del empleo ofrecido es catalogado como “no cualificado”** con todo lo que eso conlleva (sueldos, seguridad, etc...). Además, esta misma estacionalidad obliga a que los empresarios amorticen sus inversiones en un plazo más reducido de tiempo, desincentivando la inversión.

El segmento de sol y playa se caracteriza por ser:

- ✓ Un turismo de masas, normalmente con un nivel medio-bajo de ingresos
- ✓ Muy dependiente de los ciclos económicos
- ✓ Muy sensible al factor precios

Este segmento **comienza a dar muestras de agotamiento** debido a que:

- ✓ La ventaja competitiva sobre la que se ha asentado el desarrollo turístico en España (los precios bajos) está dando muestras de agotamiento
- ✓ La aparición de nuevos destinos alternativos y más baratos (Croacia, etc...)
- ✓ El incipiente proceso de convergencia real en precios respecto a los países europeos.

Aunque este segmento ha proporcionado muy buenos rendimientos al país en el pasado, la conjuntura económica actual y el auge de nuevos competidores dificulta el que se postule como un mecanismo que pueda impulsar la recuperación de la economía.

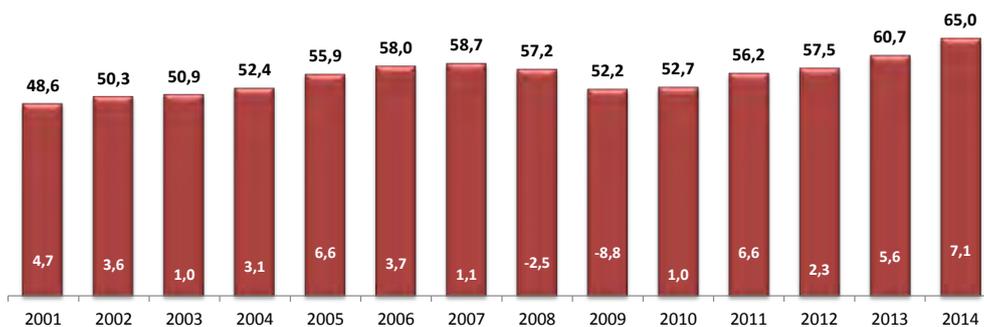
Frente al decrecimiento del segmento mencionado, **otros segmentos en el turismo en España** presentan unos datos muy esperanzadores:

- ✓ **Turismo de congresos y reuniones:** este es uno de los más dinámicos, con mayores expectativas de crecimiento (un 20% acumulado anual en los últimos 4 años) y de mayor calidad, por los ingresos económicos que reporta. Se caracteriza sobre todo por tener estancias más cortas que en otros segmentos pero con un mayor gasto promedio.

- ✓ **Turismo cultural e idiomático:** Tras el turismo de sol y playa, es el segundo en lo que a visitantes se refiere. Se caracteriza por tratarse de estancias cortas, de gente con alto poder adquisitivo y con un crecimiento constante con tasas de entre el 7 y el 9% desde 1995.
- ✓ **Turismo deportivo y de naturaleza:** este segmento se está afianzando en la última década. Presenta una oferta muy especializada tanto en alojamientos como en instalaciones.
- ✓ **Turismo de salud y bienestar:** Presenta un estupendo crecimiento medio anual del 20% en el último trienio.

Volumen y procedencia de los turistas. En el 2014, España ha recibido 65 millones de turistas internacionales lo que supone un incremento interanual del 7,1 %, es decir, 4,3 millones más de turistas que hace un año. Así, se tiene que en el 2014 se ha alcanzado un máximo histórico en la cifra de llegadas internacionales y el crecimiento interanual ha sido el más elevado en los últimos 14 años.

Llegadas de turistas y tasa de variación interanual (%)

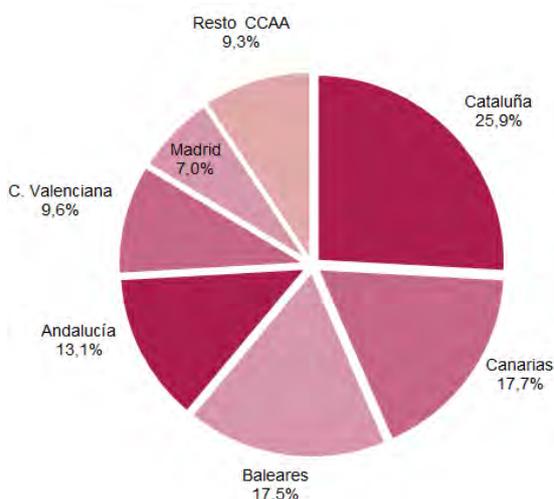


Los principales **países emisores** han sido: Reino Unido, Alemania y Francia, siendo Francia el país que más ha contribuido a la subida, con 1 millón de turistas más (el 25% del aumento total).

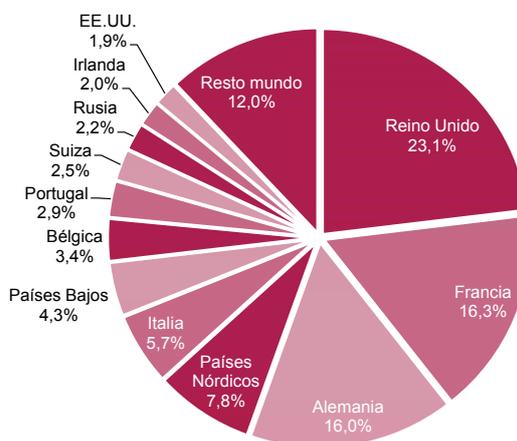
En cuanto a las **comunidades de destino**, cabe señalar que las comunidades de Cataluña, Canarias y Baleares son las CCAA con mayor peso, recibiendo en su conjunto aproximadamente el 60% de las llegadas del año. No obstante, se registran crecimientos en todas las comunidades autónomas, destacando Murcia con una tasa interanual del 29,6% , Aragón con un 25,4% y Extremadura con un 21%.

Distribución de las Llegadas internacionales a España según destino

Año 2014



Distribución de las Llegadas internacionales a España según mercados de origen

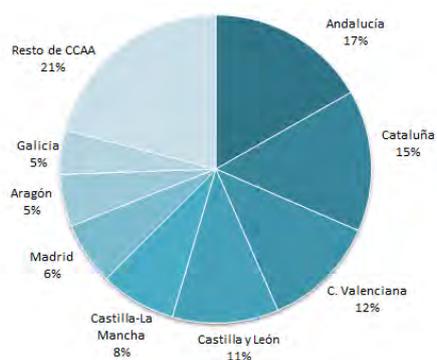


Fuente: Turespaña. FronTUR.

Por otro lado, con respecto a los **viajes de los residentes en España** cabe señalar que en este caso el volumen ha decaído un 2,6%, alcanzando la cifra de 151,8 millones. De ellos el 92,3% fueron viajes internos (un 3,1% menos que hace un año).

Distribución de los viajes de los residentes en España según destino

Año 2014



Fuente: Turespaña. Familitur.

Creación de empleo. En España el sector turístico, al ser una actividad de servicios muy intensiva en mano de obra, es un sector primordial y estratégico en la economía y la sociedad pues tiene una gran importancia en generación de empleo. El 25% de los ocupados en la economía española lo están en alguna actividad turística.

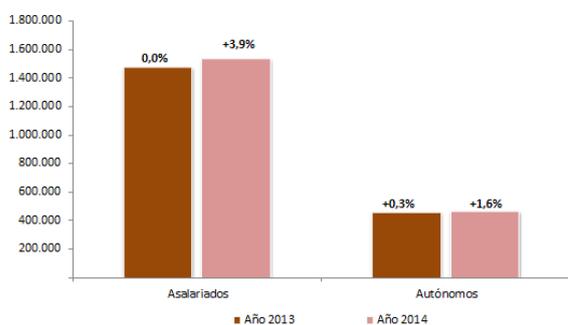
En el año 2014 el empleo en actividades turísticas aumentó un 3,4% (65 mil afiliados más) superando los 2 millones de trabajadores (máximo en toda la serie histórica). Cabe señalar que el 3,9 % son asalariados y el 1,6% autónomos.

Afiliados a la Seguridad Social en el sector turístico

Año 2014

	Actividades turísticas			Total Economía	
	Año 2013	Año 2014	% var. Interanual	Año 2014	% var. Interanual
Asalariados	1.475.880	1.533.662	3,9	13.382.342	1,5
Autónomos	460.345	467.786	1,6	3.109.330	2,2
Total afiliados	1.936.225	2.001.448	3,4	16.491.672	1,6

Valor medio obtenido como media de los datos mensuales.



Fuente: Turespaña. Frontur.

Este sector se postula como un posible aliado a la hora de reducir el elevado desempleo existente en nuestro país.

Representación económica del sector. Debemos de poner de relieve, que el PIB turístico cerró el año 2014 con un incremento del 2,9%. Asimismo, en los últimos cinco años el sector ha crecido una media de 0,8% frente a la caída del -0,5% del PIB de la economía española en ese periodo.

Gasto realizado por los turistas extranjeros. El gasto realizado dentro de nuestras fronteras por los visitantes extranjeros y por el turismo interno constituye lo que habitualmente se denomina consumo turístico. Consumo que tiene cinco componentes básicos: el transporte, el alojamiento, la restauración, la utilización de los servicios de las agencias de viajes y el consumo de servicios culturales, recreativos y deportivos.

El gasto de los turistas internacionales ascendió en el año 2014 a un total de 63.093 millones de euros registrando un crecimiento interanual del 6,5%, mientras que el gasto medio por persona y medio diario se mantienen en niveles similares al año anterior.

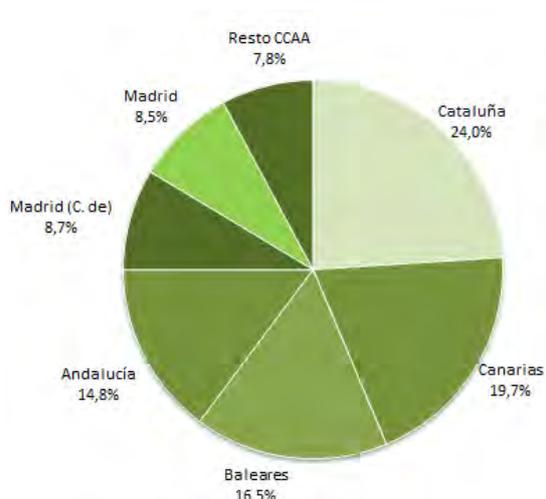
	Euros	% Var.interanual
Gasto total (mill. euros)	63.094	6,5
Gasto medio por persona	971	-0,6
Gasto medio diario	110	0,3

Fuente: Turespaña. Egatur

Entre el Reino Unido, Alemania y Francia se realizó más del 45% del gasto efectuado por el turismo receptor. Se registraron importantes subidas en los principales mercados emisores, siendo el Reino Unido y Francia los que mostraron mayor crecimiento en valores absolutos. En cuanto al gasto según la comunidad autónoma de destino, cabe señalar que este se vio incrementado en todas las CCAA excepto en Baleares.

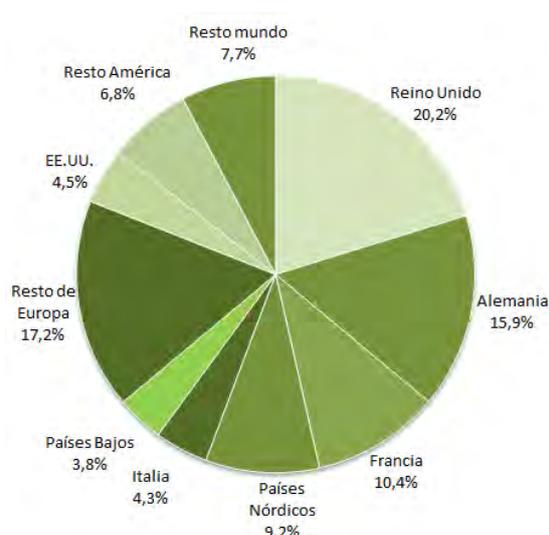
Distribución del gasto receptor en España según destino

Año 2014



Distribución del gasto receptor en España según mercados de origen

Año 2014



Fuente: Turespaña. Egatur

Las actividades en donde se produjo un mayor gasto y por lo tanto las más demandadas han sido las compras y las actividades culturales (visitas culturales)

	Gasto total	% Var. Interanual	% Vertical
TOTAL TURISTAS	63.093.626.606	6,5	100%
Actividades deportivas	9.821.603.807	10,7	16%
Golf	1.269.368.599	-3,7	2%
Esquí - nieve	165.540.028	121,5	0%
Deportes náuticos	3.012.192.233	8,9	5%
Senderismo, montañismo	3.073.519.512	9,4	5%
Deporte de aventura	531.158.533	52,0	1%
Otros deportes	4.935.941.430	13,8	8%
Asistencia a espectáculos deportivos	2.467.465.650	22,5	4%
Actividades culturales	39.111.281.050	11,3	62%
Visitas culturales	36.309.193.894	13,3	58%
Asistencia a espectáculos culturales	8.498.253.389	10,2	13%
Otras actividades culturales	15.268.423.391	-8,6	24%
Servicios tipo balnearios, talasoterapia	2.911.336.443	5,0	5%
Visitas a parques temáticos	7.765.030.009	9,8	12%
Visitas a casinos, salas de juego	1.104.475.328	42,6	2%
Actividades gastronómicas: alta gastronomía, visitas a bodegas, etc.	10.675.127.953	23,8	17%
Actividades de diversión (discotecas, clubes)	14.601.499.015	12,9	23%
Visitas a familiares	5.630.741.803	2,7	9%
Realizan compras	47.119.342.585	5,9	75%
No realiza actividades	5.094.863.727	-6,3	8%

Fuente: Turespaña. Egatur

Por último del gasto según el motivo del viaje, se deduce que el 73% de los turistas internacionales acuden a España por descanso, situándose a gran distancia los motivos cultural (12%) y laboral (7%).

	Gasto total	% Var. Interanual	% Vertical
TOTAL	63.093.626.606	6,5%	100,0%
Descanso	46.088.702.327	7,3%	73,0%
Turismo cultural	7.505.887.741	0,3%	11,9%
Motivo trabajo, negocios y MICE	4.275.226.587	0,9%	6,8%
Visitas a familiares o amigos	1.880.089.091	8,0%	3,0%
Estudios	1.871.919.428	23,1%	3,0%
Turismo deportivo	763.765.702	8,5%	1,2%
Compras, servicios personales	40.092.697	2,8%	0,1%
Turismo de salud	25.805.652	-38,9%	0,0%
Turismo religioso	45.617.585	6,5%	0,1%

Fuente: Turespaña. Egatur

Conclusiones

- ✓ El año 2014 es un año record en lo que respecta a la llegada de turistas internacionales y al gasto total de los turistas extranjeros.
- ✓ Los datos de todas las comunidades autónomas han mejorado
- ✓ Si bien el ocio sigue siendo una motivación importante para acudir a España, se está produciendo cierta diversificación en la demanda de nuevos productos como las compras.
- ✓ Aumenta la creación de empleo en el sector

Situación turística primer trimestre del año 2015 (Fuente: Exceltur) En el primer trimestre de 2015 y con un crecimiento estimado del 3,5% del PIB turístico, (un 52% superior al promedio de la economía) el sector acelera el proceso de recuperación española y es a su vez clave en la creación de empleo con 69.303 nuevos puestos de trabajo hasta marzo (+5,3%). Un 54% de los empresarios mejoran sus ventas y un 45% sus resultados.

El principal inductor de este positivo escenario, incluida la Semana Santa, es el continuado repunte de la demanda española (+10%) unida a la clara desaceleración a partir de febrero, de la tendencia de recuperación de turistas extranjeros que venían experimentando Egipto y otros países competidores del Mediterráneo (Túnez, Grecia).

Arraiga la desaceleración de la demanda turística extranjera a establecimientos reglados (+0,6% en pernoctaciones) junto al exponencial crecimiento de la economía sumergida

asociada al alquiler, en general irregular, de viviendas turísticas (+24,5%) y continua la caída del ingreso medio por turista en España (-2,1% en enero y febrero).

En cuanto a los mercados extranjeros cabe señalar que al inicio del año se confirma la fortaleza del mercado británico (+4,0% en pernoctaciones hoteleras) y un fuerte aumento del turismo francés (+22,9%), mientras comienzan en negativo tres mercados clave para los destinos españoles, el ruso (-34,0%) y el nórdico (-5,6%) y el alemán (-3,7%).

Andalucía (sus principales ciudades y la Costa del Sol), Murcia, la Comunidad de Madrid, Canarias, Cantabria, y las comunidades del interior (las dos Castillas y Extremadura) son los destinos con una mejora más generalizada de sus resultados en este primer trimestre del año, dentro de un tono positivo en la mayor parte las CC.AA salvo en Cataluña, donde los resultados de Barcelona se ven afectados por la multiplicación de la oferta de apartamentos.

Expectativas turísticas para el año 2015 (Fuente Exceltur): Las buenas perspectivas de recuperación del consumo en España y en algunos de los mercados extranjeros, junto a diversos factores geopolíticos y exógenos que nos seguirán favoreciendo, anticipan un mejor 2º trimestre y cierre de ejercicio turístico. Así, se estima que el turismo seguirá siendo locomotora de crecimiento en 2015, y **que el PIB turístico crecerá hasta un +3,4% al final del ejercicio 2015.**

Por otro lado, con respecto a los **países emisores que lideran las previsiones de crecimiento del turismo internacional**, cabe señalar que para el 2015 se espera:

- ✓ Consolidación del mercado británico, crecimiento del mercado alemán y fuerte incremento de las llegadas desde Francia.
- ✓ Crecimiento para los Países Bajos, notable incremento de Bélgica y moderación de Suiza
- ✓ Fuertes crecimientos en las llegadas desde Italia y Portugal
- ✓ Avances en llegadas, gasto y pernoctaciones hoteleras por parte del mercado estadounidense
- ✓ Continuación de los descensos en la demanda turística de Rusia hacia España
- ✓ Buenas perspectivas de los mercados asiáticos, especialmente en las llegadas procedentes de Japón y China.

Portugal

En Portugal el turismo tiene más peso en la economía, empleo, exportaciones e inversión que en el resto de Europa, e incluso en el mundo, siendo consolidado como el **sector número uno en recuperación económica y creación de empleo.**

El **turismo en Portugal** ha crecido un 20% en los dos últimos años, muy por encima de la media mundial y de la del sur de Europa. En el 2014 se han contabilizado más de 16 millones de turistas internacionales que han supuesto un impacto de 7.000 millones de euros de saldo comercial positivo.

Las causas de este desarrollo, son fundamentalmente:

- ✓ El esfuerzo realizado por los empresarios para la diversificación de la oferta.
- ✓ El trabajo de la administración pública para reducir en la medida de lo posible los costes operativos de las empresas del sector.
- ✓ La colaboración público-privada en la estrategia de promoción, que responde así a las necesidades reales de la industria turística.

Por otro lado, los hoteles lusos han registrado un alza del 11% en las **pernoctaciones** en 2014 hasta alcanzar los 46,1 millones, aumento que oscila entre la subida del 13% en las de los residentes hasta los 13,8 millones, y del 10,2% en las de los no residentes.

Aunque la **estancia media** bajó 0,9 puntos porcentuales hasta situarse en 2,87 noches por viajero, el ingreso medio por habitación disponible (RevPar) aumentó un 9,5%.

La **ocupación hotelera** fue del 43,9% de las plazas ofertadas, 2,7 puntos más respecto a hace un año. Por tipo de alojamiento, los hoteles de 5 y 4 estrellas contabilizaron el 32,3% y el 31,2%, respectivamente, mientras que los apartamentos turísticos aumentaron un 16,5%.

Por regiones, las que registraron un mayor crecimiento en las pernoctaciones fueron Alentejo (17,2%), Lisboa (15%) y Algarve (11,2%).

Los **principales mercados emisores** como Francia, Holanda y Brasil protagonizaron aumentos significativos del 21,3%, del 20% y del 16,8%, respectivamente. Los mayores incrementos se experimentaron en las entradas desde Italia (+46,7%) y Bélgica (+41,8%).

Los **turistas procedentes de España** aumentaron un 14,6%, el tercer mayor aumento entre los principales mercados emisores de Portugal.

Situación a nivel regional

Galicia

Según los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), en el año 2014 Galicia recibió a más de 4 millones de **viajeros** en sus establecimientos reglados lo que supone un incremento del 6,8% en relación al año 2013. En cuanto las **pernoctaciones**, nuestra comunidad superó la cifra de los 8,4 millones, registrando un incremento del 4,5%.

Es el segundo año consecutivo en el que Galicia registra un comportamiento positivo de su demanda turística. Esta mejora global se debe en esencia al buen comportamiento de la demanda en los meses de la temporada media y alta.

Galicia superó en el pasado año tanto el crecimiento estatal de la cifra de viajeros, que fue en este caso de 4,7%, como el de pernoctaciones que se incrementaron a nivel estatal en un 3,1%.

Así, Galicia se sitúa en una posición intermedia, mejorando el comportamiento de destinos como País Vasco, Comunidad Valenciana o Cataluña.

Durante el pasado año 2014, Galicia experimentó un **comportamiento homogéneo de los dos grandes segmentos de mercado**. El turismo nacional subió, en un 2,9%, consecuencia de un mayor volumen de viajeros españoles alojados en los establecimientos reglados de Galicia –se incrementaron en un 3,8%-. El turismo internacional presentó también un comportamiento positivo superando en un 10,6% su volumen de pernoctaciones del año 2013 y su cifra de viajeros en un 16,1%.

Esta mejora supuso que el mercado internacional consiguiera en el pasado año un máximo histórico tanto de volumen –superando por vez primera la cifra del millón de viajeros y consiguiendo casi las 1,8 millones de pernoctaciones- como de peso en el conjunto de la demanda –representando el 26,3% de los viajeros y el 21,2% de las pernoctaciones totales-.

Los principales mercados internacionales en Galicia durante el 2014 fueron Portugal, con el 48% de los turistas extranjeros, Francia con el 15% y Reino Unido con el 8% del total.

Por otro lado, cabe señalar que **el comportamiento positivo del turismo internacional se traduce en un incremento del gasto realizado por este segmento de mercado**. En particular, el gasto total supera en un 19,5 % la cifra del 2013, situándose cerca de los 900 millones de euros. Dicha circunstancia proviene de un incremento del volumen de turistas extranjeros puesto que el gasto por persona se mantiene relativamente estable. El gasto medio del turista extranjero cae un 3,5% hasta situarse en 96,7 € por persona/día.

En 2014 el 84% de la **demanda turística reglada** correspondió a los establecimientos hosteleros (porcentaje que incluye tanto a los hoteles –que representaron el 66,4%- cómo a las pensiones –con el 17,3% en este caso-). El 16% restante, correspondió al segmento extra-hotelerero, (porcentaje que en este caso reúne a los apartamentos turísticos –que representaron el 3,2% de la demanda total-, a los campings –con el 9,5%- y a los establecimientos de turismo rural –que supusieron el 3,6%-).

El incremento de la demanda se produjo en todas las tipologías de alojamiento. En el segmento hotelero el crecimiento se situó en el 4,2% y en el extra-hotelerero la subida ascendió al 6%. En turismo rural se registró el incremento de mayor intensidad con un crecimiento del 16,3% en relación al 2013. Las pensiones y los apartamentos turísticos mostraron también una dinámica muy positiva pues consiguieron mejorar en un 10% la cifra de demanda del 2013.

El buen comportamiento de los dos segmentos de mercado se produjo con similar intensidad en el ámbito hotelero y en el extra-hotelerero. La recuperación del turismo nacional se situó en el 2,6% en los establecimientos hoteleros y en el 4,8% en los extra-hoteleros. Por su parte, el

turismo internacional subió también en ambos segmentos de la oferta, un 10,3% en los establecimientos hoteleros y un 12,8% en los extra-hoteleros.

No obstante, con respecto a la **estancia media** en los establecimientos reglados de Galicia debemos señalar que en el 2014 se encuentra en 2,08 noches, cifra que cae levemente en relación al 2013 (-2,2%).

Situación turística primer trimestre del año 2015 (Fuente: Cluster de Turismo de Galicia): En el primer trimestre del año 2015 se produjo un crecimiento global de la **demanda turística en los establecimientos reglados** de Galicia. La cifra de viajeros alojados subió un 14,8% hasta alcanzar los 533.995 viajeros.

El número de **pernoctaciones** se incrementó en un 8,1% consiguiendo las 984.486 noches.

Así, **Galicia** registra la **segunda tasa más elevada de crecimiento de viajeros del conjunto de España** por detrás de Asturias y se sitúa en una posición intermedia en cuanto a intensidad de crecimiento de las pernoctaciones.

En este trimestre se observa un **comportamiento positivo de los dos grandes segmentos de mercado**, contribuyendo ambos al crecimiento generalizado de la demanda.

Sube el turismo nacional, en un 6,4% en lo tocante a las pernoctaciones y en un 12,7% en lo que respecta a los viajeros.

El turismo internacional se incrementa en un 17,9% en lo tocante a las pernoctaciones y los viajeros suben en un 28,5%.

Estos resultados positivos conllevan a que la cifra de viajeros correspondiente al turismo nacional consiga la cifra más elevada de los últimos cinco años, con algo más de 450.000 y el internacional registra el nivel más elevado de los últimos siete años, con más de 80.000.

El incremento de la demanda se produce en todas las tipologías de alojamiento consideradas. En el **segmento hotelero** el crecimiento se sitúa en el 7,1% y en el **extra-hotelero** asciende al 27,8%.

Existe una mejora de los **niveles de ocupación** en todas las tipologías de alojamiento consideradas, de similar intensidad puesto que ambos incrementos se sitúan entre uno y dos puntos porcentuales en relación al mismo período del pasado año.

Por último cabe señalar que, en el primer trimestre de este año 2015, se registraron algo más de 185.000 **turistas extranjeros** con destino principal Galicia, cifra que supone un máximo histórico en la comunidad superando en un 10% la cifra del mismo período del pasado año 2014.

Portugal, con el 59,5% de los turistas extranjeros, es el principal mercado internacional en Galicia en este primer trimestre del año. Siguiéndoles por orden de importancia Reino Unido, con el 10,2%, y Francia, con el 8,3%.

Navarra

El sector turístico de Navarra cerró 2014 con un **récord de viajeros y pernoctaciones**. En concreto, los alojamientos turísticos recibieron 1.199.020 visitantes y facturaron 2.482.639 noches, lo que supone un crecimiento del 8,9% en viajeros y del 6,8% en pernoctaciones con respecto a 2013. Es uno de los incrementos más elevados de España, solo superado por la Comunidad de Madrid y Castilla la Mancha.

Los establecimientos hoteleros alojaron al 75% de los viajeros (901.159 personas), los campings al 11% (136.464 visitantes), las casas rurales al 9% (106.142 viajeros) y los apartamentos turísticos al 5% (55.255 personas).

La **estancia media** fue de 2,1 noches (similar al año anterior), con 1,8 noches en los establecimientos hoteleros, 2,6 en las casas rurales, 2,8 en los campings y 3,1 en los apartamentos turísticos.

Por procedencia, el 75% de los viajeros residía en España, mayoritariamente en País Vasco (15,6%), Cataluña (12,8%), Madrid (11,6%) y Navarra (9,5%), y el 25%, en el extranjero, fundamentalmente en otros países de la Unión Europea (17,9%). Con respecto al año anterior, aumentó el turismo nacional, en concreto un 7,4%, pero especialmente el extranjero, un 13,7%.

Para atender a los turistas, Navarra contó con una oferta media de 956 establecimientos y 29.114 plazas disponibles al mes, así como 15.750 empleados dados de alta en la Seguridad Social, un 2,8% más que en 2013.

El gasto de los turistas extranjeros que pernoctaron en Navarra aumentó un 19,6% en 2014 y alcanzó los 178 millones de euros. Se trata del mayor crecimiento registrado en España, muy por encima de la media nacional. Cada uno de los 258.064 turistas extranjeros que se alojaron en Navarra realizó un gasto medio por viaje de 679 euros, un 3,8% más que en 2013, y un gasto medio por persona y día de 114 euros, un 5,7% más que el año anterior.

Finalmente, los **recursos turísticos más visitados** (de los que se tienen datos monitorizados) fueron el Palacio de Olite (con el 33,5% del total de las visitas), el Señorío de Bertiz (16,7%), el Castillo de Javier (15,5%) y la catedral de Pamplona (14,3%). En su conjunto, los recursos monitorizados de la Comunidad Foral registraron 454.668 entradas, un 5,1% más que en 2013.

Extremadura

El sector turístico generó unos ingresos directos de 413 millones de euros para la región de Extremadura en el año 2014, gracias a los 1.772.525 viajeros que se alojaron en los establecimientos hoteleros y extra-hoteleros, que dieron lugar a 3.120.575 pernoctaciones.

Destinos turísticos de Extremadura. El norte de Extremadura se configura como principal polo de atracción turística de la región, puesto que las comarcas que componen esta zona, junto

con la ciudad de Plasencia, recibieron casi un tercio de los viajeros, 518.543 turistas (el 29,3% del total).

En el ranking de territorios con más viajeros, destaca en primer lugar la ciudad de Cáceres (246.372), seguida de las comarcas del Valle del Jerte y La Vera (214.038), Mérida (209.268), Badajoz (176.553) y Valle del Ambroz-Tierras de Granadilla (125.790).

Pernoctaciones. Los turistas que llegaron a la comunidad realizaron 3.120.575 pernoctaciones en establecimientos.

El Jerte y La Vera encabezan en este caso el ranking (447.270), seguidas de Cáceres (377.636), Mérida (308.181), Ambroz-Tierras de Granadilla (395.270) y Badajoz (262.175).

Estancia media. En el caso de la estancia media, el promedio regional se sitúa en 1,76 días, si bien destacan cinco territorios turísticos por encima de los dos días: Ambroz-Granadilla (2,35 días); Monfragüe (2,09 días); Valle del Jerte-La Vera (2,09 días), Tajo Internacional-Sierra de San Pedro (2,06 días) y Tierra de Barros-Zafra (2,05 días). Y, muy cerca, queda Sierra de Gata-Hurdes-Valle del Alagón, con 1,98 días.

Tipología de establecimientos. Por tipos de establecimientos, destacan, en el ámbito hotelero, los hoteles de cuatro y cinco estrellas, con mayor número de viajeros (619.281) y pernoctaciones (994.163), así como mayor grado de ocupación (41,4%).

Sin embargo, en estancia media son ampliamente superados por otros tipos de alojamientos, sobre todo por los apartamentos turísticos (2,38 días), los campings (2,27) y casas o apartamentos rurales (2,21).

Perfil del visitante. Entre las motivaciones de visita, los turistas que llegan a Extremadura, solo por detrás de la referencia a “estar de vacaciones, descansar, fin de semana” (57,4%), citan tres cuestiones principalmente: conocer el patrimonio histórico-artístico (42,5%), conocer un espacio natural (28%) y disfrutar de la gastronomía (21%).

Gasto turístico. El gasto turístico diario de los visitantes se sitúa en 132,43 euros de media por persona, de los cuales 45,81 corresponden a alojamiento; 35,80 a comidas, cafés y refrescos; 23,07 euros a ocio (museo, monumentos, actividades guiadas, etcétera) y, finalmente, 27,75 euros a compra de regalos, recuerdos, libros o productos típicos.

Empleo. Extremadura ha cerrado 2014 con 36.500 trabajadores en el sector turístico, "otro récord histórico que supone 10.000 más (un 38% más) que a inicios de 2008, cuando la EPA comenzó a realizar esta desagregación laboral por sectores.

Tenerife

Tenerife finaliza el año 2014 superando la barrera de los 5 millones de turistas, concretamente 5.148.453 turistas, lo que ha supuesto para la isla un incremento del 3,5% en la cifra de

alojados. Estas cifras son favorecidas por la positiva evolución de los mercados extranjeros, que crecen globalmente un 4,8%, así como la estabilidad con la que finaliza el mercado español en el año.

Con respecto al **turismo extranjero**, el año cierra con un total de 3.993.576 turistas, y crecimiento del +4,8%, registro que le consolida como la cifra record de toda la serie histórica disponible desde el año 1978.

De los **principales emisores extranjeros**, se tiene que:

- ✓ El mercado británico, con 1.684.211 alojados (cuota 32,7%), registra un incremento del +6,5% (las mejores cifras de los últimos siete años).
- ✓ El mercado alemán, con 611.875 turistas alojados y una cuota del 11,9%, registra en 2014 un incremento del +9,7%, volviendo a crecer tras los dos años anteriores de descensos consecutivos (2012 y 2013).
- ✓ Los mercados nórdicos, con un total de 501.742 alojados, se mantienen en cifras similares al año 2013, acumulando un leve descenso del 0,6%. Si bien los primeros meses del año fueron muy dinámicos para estos mercados, la debilidad mostrada en verano, y el inicio de una temporada de invierno 14/15 titubeante, han incidido en que el año finalice con esta leve aminoración.
- ✓ El mercado francés, con un total de 168.823 turistas, acumula en el año un crecimiento del +12,8% respecto al año anterior, con dos años de fuerte expansión en la Isla.
- ✓ El mercado italiano, acumula en el año un crecimiento del 26%, con un total de 118.688 alojados. Tras dos años de descenso en este mercado, 2014 ha supuesto un punto de inflexión. El desarrollo de la conectividad (con los vuelos de Ryanair y la oferta de Easyjet desde Milano y Roma varias veces por semana), así como las acciones press trips, o convenios con Easyjet para la promoción del vuelo de Roma, están incidiendo de manera positiva en los resultados obtenidos.

En cuanto al **mercado español** se tiene que este finaliza el año 2014 con un balance de leve descenso del 0,6%, frente a las caídas del -11,2% en 2011, -9% en 2012 y del -1,9% en 2013. En total se han alojado 1.154.877 turistas españoles en Tenerife durante todo el año. El buen comportamiento que el turismo canario ha mantenido en el año ha sido decisivo en estos resultados (con crecimiento del +10,9%, para un total de 511.838 canarios). El mercado canario, tanto local como de otras islas, supone el 44% del mercado español, y un destacable 10% del total turístico de la isla.

Los hoteles de la Isla, con un total de 3.395.964 alojados, obtienen un crecimiento del 5,5%, alojando al 66% de turismo que visitó la Isla. Mientras tanto, los establecimientos extra-hoteleros se mantuvieron en las cifras del año anterior (-0,2%), con un total de 1.752.489 alojados y una cuota alojativa del 34%.

La cifra de **pernoctaciones** en Tenerife asciende en el año a 39.565.606, registrando un incremento del 2,4% en relación al año anterior. Los hoteles contabilizan 24.625.987

pernoctaciones en total, constatando un crecimiento del +3,7%. Sin embargo, las pernoctaciones realizadas por los visitantes en establecimientos extra-hoteleros, un total de 14.939.619, se mantuvieron en cifras similares al año anterior (+0,2%).

En cuanto al **índice de ocupación hotelera** se tiene que este se ha situado en un 67,1% de media, un 4% superior al índice registrado en 2013. Esta ocupación sitúa al año 2014 con los mayores registros de ocupación de los últimos 15 años.

Los hoteles mantienen una ocupación media del 75%, lo que ha supuesto un crecimiento de este indicador del +2,3% y mejorando las ocupaciones en todas las categorías hoteleras.

Por su parte, los establecimientos extra-hoteleros, con una ocupación media en el año del 57,3%, incrementan la ocupación un +5,5%, favorecido por el descenso de plazas que experimenta esta tipología en la isla (-4%) y la estabilidad de las pernoctaciones ya comentada.

Características por zonas:

Zona Sur

✓ El Sur, con 4.042.332 alojados en el año, registra un incremento de alojados del +2,9%, crecimiento más atenuado que en el conjunto insular (+3,5%), debido al comportamiento negativo que la tipología extra-hotelerera ha mantenido en la zona, con un descenso de alojados del -1%. Por el contrario, la zona ha tenido buenos resultados en sus establecimientos hoteleros, que incrementan su cifra de alojados un +5,4%.

✓ El balance de las pernoctaciones en la zona es positivo, con un incremento medio del +2,1%, y un volumen total de 32.828.599 pernoctaciones. Evolucionan de manera favorable las pernoctaciones hoteleras (+4,1%, impulsadas por el aumento de turistas), mientras que caen las pernoctaciones extra-hoteleras un -0,6%, consecuencia del descenso de alojados en esta rama.

✓ La duración de la estancia, 8,12 días de media, retrocede 0,06 puntos.

✓ La ocupación en el Sur se sitúa en un 69%, incrementándose un 3,7% en el año, con incrementos, tanto en sus hoteles (+1,8%) como en sus establecimientos extra-hoteleros (+5%), pese al descenso de pernoctaciones, por la salida del mercado de plazas extra-hoteleras.

✓ La evolución en la zona de los mercados extranjeros es positiva con un crecimiento del +3,7%, mientras que el turismo nacional se reduce un -1,4%.

✓ Aumenta en el año su turismo británico (+6,5%), alemán (+8,4%), Francés (+8,6%), italiano (+24,4%), belga (+2,3%), danés (+5,4%), suizo (+8,5%) y resto de países europeos (+3,4%).

Zona Norte

✓ La situación en la zona Norte en 2014 finaliza con un incremento de alojados del 4,4%, para un total de 868.340 turistas. Favorable comportamiento en ambas tipologías alojativas de la zona, con incremento de turismo en hoteles de un +3,9%, y de un +5,9% en los establecimientos extra-hoteleros.

- ✓ Las pernoctaciones en la zona ascendieron a 6.117.252, registrando un incremento del 2,7%. En los hoteles aumentan las pernoctaciones un 1%, y en los establecimientos extra-hoteleros un +7%.
- ✓ La duración de la estancia en la zona ha sido de 7,04 días de media, acortándose 0,12 puntos. Cae la estancia hotelera en 0,19 puntos, mientras que la extra-hotelera crece 0,08 puntos.
- ✓ La ocupación alojativa se situó en una media del 60,7%, aumentando un 4,3% respecto a 2013. Crece la ocupación hotelera un 2,5%, y la extra-hotelera, un 9,1%. Impulsan los buenos datos de ocupación en la zona, tanto el incremento de turistas y pernoctaciones, como el ajuste de plazas a la baja que se produce en la zona.
- ✓ El turismo extranjero en la zona Norte creció un 11,8%, muy por encima del crecimiento medio insular (+4,8%). Aumenta la afluencia de prácticamente todos sus mercados extranjeros, excepto holandeses, suecos y noruegos. Destaca el incremento de su principal mercado extranjero, el alemán, que crece un 11,6%, frente al 9,7% en el conjunto insular. Sin embargo, su principal mercado, el español, retrocede en la zona un -3%, frente al -0,6% que registra en el conjunto insular.



6.

Iniciativas
orientadas al sector
en materia de RSE

6. Iniciativas orientadas al sector en materia de RSE.

En este capítulo, queremos dar a conocer las iniciativas en las que se fusiona la RSE y el turismo, desde una visión internacional a una visión regional, y que dan buena cuenta de la notoriedad que está adquiriendo la RSE en la sociedad y en el tejido empresarial.

Siguiendo con el enfoque principal de esta guía, que es facilitarles a las pymes del sector turístico el acceso a la información que les pueda ser de utilidad para introducirse en el mundo de la responsabilidad social empresarial, seleccionamos los proyectos que, bien por su relación con el sector, por estar enfocados a pymes o bien por su versatilidad, pueden resultar de utilidad para establecer los primeros pasos en materia de RSE.

A nivel internacional

Código ético mundial para el turismo de la OMT

La OMT es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.

El código ético mundial para el turismo es un conjunto de principios concebido para orientar a los principales actores del desarrollo turístico. Está dirigido a gobiernos, empresas turísticas, comunidades y turistas por igual. Su objetivo es **ayudar a maximizar los beneficios del sector, minimizando a la vez sus posibles consecuencias negativas para el medio ambiente, el patrimonio cultural y las sociedades de alrededor del mundo.**

Enlace web: <http://ethics.unwto.org/es/content/codigo-etico-mundial-para-el-turismo>



Proyecto Establecimiento Energy Solutions

Soluciones de energía del establecimiento (HES), es un proyecto de la UNWTO iniciado en colaboración con un equipo de las Naciones Unidas y la Unión Europea, que dirigen agencias en turismo y energía. El proyecto **ofrece información y soporte técnico para ayudar a las pymes del sector del turismo y subsector de alojamiento a aumentar su eficiencia de energía y uso de energías renovables**, respondiendo a los imperativos climáticos en línea con los objetivos definidos por la UE y el proceso de Davos de 2007.

Enlace web: <http://www2.unwto.org/es>

Proyecto COAST

El objetivo del proyecto COAST es **demostrar, dar soporte y promover la adopción de buenas prácticas, de cara a un turismo sostenible que reduzca la degradación de los entornos marinos y costeros.** Apoya y fomenta la conservación de los ecosistemas costeros y marinos más significativos y asociados a la biodiversidad en el África Sub-Sahariana, a través de la reducción de los impactos negativos que provoca el turismo costero.

Enlace web: <http://coast.iwlearn.org/en>



Red mundial de destinos sostenibles de national geographic

El centro de destinos sostenibles (CDS) se dedica a proteger los lugares distinguidos del mundo, a través del turismo gestionado con prudencia y cuidado.

La estrategia fundamental para el logro de esta misión es el **geoturismo, que se define como el turismo que sustenta o realza el carácter geográfico de un lugar, su medioambiente, cultura, estética, patrimonio y bienestar de sus residentes**. Para promover esta misión, National Geographic y otros socios, colaboran en proyectos del centro de destinos sostenibles (CDS) y programas con organizaciones aliadas, tanto mundiales como locales.

Enlace web: <http://travel.nationalgeographic.com/travel/sustainable/>

A nivel europeo

Red “Pan Parks”

La Fundación Pan Parks (en inglés: Pan ParksFoundation) es una organización no gubernamental que tiene como objetivo proteger las áreas vírgenes de Europa.

Pan Parks fue fundada en 1998 por el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) y la compañía neerlandesa de viajes Molecaten, con el fin de crear parques nacionales en Europa, según el modelo de los parques nacionales de Yellowstone y Yosemite en Norteamérica.

El objetivo de la organización es **crear una red de espacios naturales vírgenes o salvajes (wilderness) europeos en los que la naturalidad y la alta calidad de las instalaciones turísticas se equilibren con la protección ambiental y el desarrollo local sostenible**.

La certificación se basa en una verificación llevada a cabo por expertos independientes bajo a WCPA (World Commission on Protected Areas) dentro del marco de gestión eficiente.



Enlace web: <http://www.panparks.org>

Red EDEN

La red de destinos europeos de excelencia (en inglés “European Destinations of Excellence”. EDEN) tiene como principal objetivo fomentar modelos de desarrollo turístico sostenible en la Unión Europea.

El proyecto EDEN se basa en concursos nacionales que se celebran cada año, durante los cuales se elige un **“destino de excelencia” turístico por cada país participante**. La característica principal de los destinos seleccionados es su compromiso con la sostenibilidad social, cultural y medioambiental.

Por otra parte, el proyecto EDEN ayuda a difundir por toda la Unión Europea las prácticas sostenibles utilizadas en los destinos seleccionados, y a convertirlos en un destino turístico atractivo durante todo el año.

Enlace web: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/eden/eden_network/

[index_es.htm](#)



ECEAT

El centro europeo de turismo ecológico y agrícola (ECEAT) es la principal organización europea en el campo del **turismo sostenible a pequeña escala, con una atención especial a áreas rurales y agricultura orgánica.**

ECEAT, se trata de una red europea de alojamientos de pequeña escala y servicios turísticos de calidad sostenible.



Enlace web: <http://www.eceat.org/>

Green Building programme

El Green Building Programme (GBP) es un programa voluntario, promovido por la Comisión Europea, cuyo objetivo es fomentar la eficiencia energética. Trata de ser un **soporte de información y dar reconocimiento público a compañías cuya labor en pro de la eficiencia energética están demostrando su compromiso real para adoptar medidas y desarrollo de proyectos eficaces en edificios no residenciales.**



Enlace web: <http://iet.jrc.ec.europa.eu/energyefficiency/greenbuilding#top-page>

A nivel nacional

I. España

Programa vías verdes

El programa vías verdes **pone en activo el valiosísimo patrimonio ferroviario que ha quedado en desuso y que se encuentra totalmente integrado con el paisaje.** Apuesta por la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos y el desarrollo sostenible, propiciando un elemento de atracción para los viajeros amantes del turismo verde, aunando sostenibilidad y deporte.



Enlace web: <http://www.viasverdes.com/>

Ceres Ecotur

El proyecto Ceres Ecotur es una iniciativa de la Fundación Ecoagroturismo, representante en España de ECEAT International (European Centre for Ecological and Agricultural Tourism), para unificar una **red de turismo ecológico en España.**

El proyecto nació como una iniciativa dirigida a la **preservación, a la conservación y a la difusión del patrimonio rural, etnográfico y del entorno medioambiental que lo rodea,**

implicando a campesinos, población local y actores rurales concienciados en la mejora socioeconómica del entorno y propiciando la diversificación de rentas agrarias a través de un modelo de turismo sostenible en el medio rural.



Enlace web: <http://ceres-ecotur.com/>

Huella rural CO2. Alojamientos rurales

El proyecto consiste en el **estudio integral de la huella de carbono aplicable a alojamientos rurales**, de forma que se puedan calcular las emisiones de CO2 del establecimiento, como indicador de sostenibilidad del mismo.

Se busca aumentar la competitividad y diferenciación de la oferta turística del subsector del alojamiento rural en Castilla-León y Extremadura, por medio de acciones, tales como el control y minimización de las emisiones de CO2, que encaminen la gestión de los alojamientos hacia la mejora de su sostenibilidad ambiental.

Enlace web: http://www.clusterturismoextremadura.es/proyectos/huella_rural_c02_24



Red verde de turismo rural responsable

Desde la Red Verde de Turismo Responsable se propone una nueva sensibilidad en la explotación de los recursos turísticos de los territorios, respetando y cuidando las riquezas de cada territorio: Riquezas naturales, patrimoniales y sociales.

Se busca apoyar y dar visibilidad a aquellos **establecimientos turísticos del ámbito rural que poseen un valor añadido debido a la introducción de medidas y políticas de buena gobernanza, respeto medioambiental y fomento de la cohesión social.**

Los establecimientos turísticos que pertenecen a la Red Verde de Turismo Rural Responsable (pertenecientes a las regiones de Navarra, Asturias, Andalucía, Cataluña, Euskadi e Islas Baleares), han realizado un proceso de adhesión a la misma y cumplen unos requisitos mínimos en materia de buenas prácticas de responsabilidad social empresarial.



Enlace web: <http://www.turismoruralresponsable.com/>

II. Portugal

Proyecto Lousã, Destino de Turismo Accesible.

Lousã es pionero en Portugal, al implementar de forma integral un proyecto de turismo accesible.

La Concejalía Municipal de personas con discapacidad creó en 2006 el sello Lousã Accesible, con el objetivo de **distinguir y reconocer los esfuerzos llevados a cabo por empresas privadas y servicios públicos para transformar sus instalaciones y servicios en accesibles a todas las personas.**

Enlace web: http://www.cm-lousa.pt/turismo_acessivel?m=c107



Ecopistas

El plan nacional de ecopistas de la REFER (Red ferroviaria nacional) fue creado en 2001, con miras a la recalificación y **reutilización de las líneas y canales ferroviarios sin explotación en algunas áreas del norte, centro y Alentejo.**

El objetivo consiste en utilizar dichas líneas y canales ferroviarios como vías de comunicación autónomas, reservadas a los desplazamientos no motorizados y llevadas a cabo dentro de un modelo de desarrollo integrado, que valore el medioambiente y la calidad de vida, de forma que garantice una utilización en convivencia y seguridad por parte de todos los usuarios, independientemente de la capacidad física de los mismos.

Enlace web: <http://www.refer.pt/MenuPrincipal/REFER/Patrimonio/Ecopistas.aspx>



CETS Alto Minho

La candidatura a la **carta europea de turismo sostenible del Alto Minho** integra el territorio constituido por los municipios de Caminha, Paredes de Coura, Ponte de Lima, Monção, Valença, Viana do Castelo y Vila Nova de Cerveira, el cual abarca un conjunto de ocho áreas protegidas y clasificadas.

En el alto Miño, los municipios de Arcos de Valdevez, Melgaço y Ponte da Barca ya poseen el galardón CETS desde 2002, a través de la candidatura del Parque Nacional de la Peneda Gerês – PNPGE, con el cual se pretende garantizar la necesaria articulación de estrategias entre ambos territorios.

Enlace web: <http://www.cets.altominho.pt/>



A nivel regional

Sin duda, la mejor manera de conocer y dar a conocer las bondades de la RSE, es a través de las propias vivencias y la difusión y exposición de buenas prácticas en la materia. Para ello, a continuación, se exponen casos de éxito de pymes en las regiones en las que se desarrolla este proyecto: Galicia, Navarra, Tenerife, Uniminho y Extremadura.

I. Galicia

Red Transregional de Impulso de la RSE

El proyecto “Red Transregional de Impulso de la RSE”, nace a través de una iniciativa pública, transregional, promovida por la Dirección General de Trabajo y Economía Social de la Consejería de Trabajo y Bienestar, dependiente del gobierno autonómico de la Xunta de Galicia y cofinanciado por el Fondo Social Europeo (FSE).

Este proyecto se orienta fundamentalmente a **difundir y promocionar la responsabilidad social empresarial en las pymes de las regiones socias** como una iniciativa pública de fomento de la participación e interrelación de las empresas, con la finalidad de crear un punto de encuentro de referencia, más allá de las fronteras, y ceder el testigo a la iniciativa privada en el desarrollo y evolución de la red que actualmente representa.

Entre sus actuaciones destaca:

- ✓ La elaboración de la presente **guía de RSE dirigida al sector turístico**, cuyos objetivos a alcanzar son:
 - Contribuir a que las empresas del sector turístico inicien su camino hacia la sostenibilidad y la excelencia.
 - Fomentar el conocimiento, iniciativas y herramientas de la RSE en el sector turístico.
 - Poner de relieve experiencias e iniciativas de RSE pioneras y destacadas en el sector en las regiones asociadas a la red.
 - Poner en valor y dar proyección a la vertiente sostenible de las acciones, experiencias e iniciativas de la RSE de las diferentes pymes destacadas del sector.
- ✓ Creación de una herramienta de medición de impacto económico de RSE cuyo descripción se detalla en el apartado número ocho de la presente guía.
- ✓ Desarrollo de programas de formación orientados al personal directivo y a responsables de marketing y comunicación de pymes.
- ✓ Etc.

Enlace web: www.netrse.org



Proyecto Pousadas do Salnés

El proyecto pousadas es un plan de dinamización gestionado por la Diputación de Pontevedra para crear un turismo accesible en la comarca de O Salnés.

La puesta en marcha de este plan, abarca la **creación de establecimientos turísticos accesibles en su totalidad, rutas por la comarca que comunican con las posadas y excavaciones arqueológicas.**

La actuación se organiza en tres programas diferenciados y complementarios entre sí, que contribuyen al **enriquecimiento de los recursos culturales, naturales, turísticos y patrimoniales de la comarca:**

a) Programa posadas

Se trata de crear y poner en funcionamiento cuatro infraestructuras turísticas accesibles, dotar a estas infraestructuras de un jardín y dotaciones para el conocimiento y disfrute de los recursos naturales y del medio ambiente; así como poner en marcha actividades de formación y disfrute medioambiental.

Con este programa se intenta buscar una estrategia de planificación que combine el alojamiento en el medio rural con espacios naturales, como los jardines, donde estos no jueguen únicamente un papel de conservación de la flora sino que se perfilen como ejes fundamentales para el desarrollo social, turístico, cultural y económico de esta comarca.

b) Programa rutas

Pretende dotar de accesibilidad las rutas existentes en la comarca, abrir otras rutas y dar valor al patrimonio, así como su accesibilidad al contorno de las posadas.

Se trata de la puesta en marcha de diferentes sendas fluviales en las márgenes de algunos ríos de la comarca de O Salnés, entre los que se encuentran el río Armenteira, Canón, Chanca, Currás, Dorrón, San Martiño y Umia.

c) Programa Excavaciones

El objetivo primordial del proyecto es la recuperación de los espacios históricos de la Lanzada (Sanxenxo) y el Castro (Ribadumia) mediante excavaciones arqueológicas.

Con la puesta en valor de estos yacimientos se regenera un espacio libre en sus respectivos términos municipales, y con su adecuación a las visitas se genera un nuevo recurso del turismo cultural que funciona como un factor de atracción a la comarca de O Salnés.

Enlace web: <http://www.pousadas.depo.es/>  Pousadas do Salnés

LugO2

La Diputación de Lugo, en su política de reforzar la estrategia de desarrollo local y urbano utilizando la sociedad de la información como vehículo, decidió impulsar un conjunto de proyectos cofinanciados por la Administración Central y la Unión Europea para mejorar la prestación de servicios a sus entidades locales y habitantes, entre las cuales se encuentra el proyecto *LugO2*.

Éste, es un proyecto dirigido al desarrollo endógeno de los municipios incluidos en los espacios naturales protegidos de la provincia, mediante la **valoración de los recursos naturales disponibles y la sensibilización ambiental de habitantes y visitantes.**

Entre sus áreas de actuación podemos destacar las siguientes:

- Turismo rural
- Energías renovables
- Sensibilización ambiental
- Interpretación de la naturaleza
- Rutas de senderismo accesibles

Sus objetivos consisten fundamentalmente en:

- Fomentar la sociedad de la información y nuevas tecnologías.
- Crear empleo y oportunidades económicas.
- Mejorar la accesibilidad y la movilidad.
- Buscar la participación de la sociedad en la mejora de los servicios locales.
- Mejorar el entorno natural y la calidad del medio ambiente
- Sensibilizar y formar en materia de medio ambiente.
- Colaborar para que ningún colectivo se sienta excluido.
- Aprovechar el valor de los recursos naturales para el desarrollo autónomo.
- Fomentar el turismo sostenible



Enlace web: <http://ws2.deputacionlugo.org/LuqO2/>

CETS Parque Nacional de las Islas Atlánticas

El Parque Nacional Marítimo Terrestre de las Islas Atlánticas de Galicia está en la actualidad tramitando la Carta Europea de Turismo Sostenible para optar de este reconocimiento, en un reto y compromiso con la sostenibilidad y conservación del espacio tan singular que constituye.

Esta Carta tiene como objetivo promover la actividad turística en el Parque de una manera que **garantice la protección a largo plazo de sus valores naturales, culturales y sociales, y que contribuya al desarrollo económico y al bienestar de las personas que vivan en su entorno.**

Enlace web:

http://www.parquenacionalillasatlanticas.com/index.php?option=com_content&view=article&id=208&Itemid=772&lang=gl

Marca Q de calidad turística en el sector turístico de Galicia

La Agencia de Turismo en colaboración con el Clúster de Turismo de Galicia han colaborado y colaboran, en la implantación, difusión y promoción de los servicios turísticos de Galicia con la marca “Q de Calidad Turística” y la marca “Galicia Calidade” mediante:

✓ Apoyo en la **implantación voluntaria** en empresas turísticas de Galicia inscritas en el Registro de Empresas y Actividades Turísticas (REAT) de la Xunta de Galicia, **de las normas de**

calidad desarrolladas por los subsectores turísticos empresariales adheridos al Instituto para la Calidad Turística Española. Este apoyo consistió en una labor de asesoramiento a empresas y actividades del sector turístico mediante su preparación para estar en condiciones de superar la auditoría externa necesaria para la posterior consecución de la Q de calidad turística.

✓ Apoyo a la **implantación voluntaria** en empresas turísticas de Galicia inscritas en el REAT de la Xunta de Galicia, **de las normas de calidad desarrolladas por “Galicia Calidade”**

✓ **Difusión de la marca “Q de Calidad Turística Española” y la marca “Galicia Calidade”**, según el caso, mediante la incorporación en los documentos promocionales genéricos (tanto en soporte papel como digital) de la imagen corporativa de ambas marcas, así como mediante la distribución del distintivo Q y del distintivo Galicia Calidade, a los nuevos establecimientos que alcancen su primera certificación y a aquellos que mantengan la marca en procesos de seguimiento y renovación.

A través de este proyecto, a lo largo del 2014, se ha conseguido que 30 nuevos establecimientos obtuviesen la marca Q de Calidad.

Cabe señalar que la Comunidad Autónoma de Galicia cierra el año 2014 liderando la oferta de establecimientos turísticos certificados con la Q de Calidad Turística dentro del Sistema Turístico de España, puesto que de un total de 268 establecimientos y servicios turísticos certificados, Galicia cuenta con 110 alojamientos hoteleros, casas de turismo rural y campings distinguidos con este sello, lo que la sitúa cómo primera en este sector.

Además, Galicia es la comunidad autónoma con más establecimientos de turismo rural, campos de golf, balnearios, instalaciones náutico deportivas, establecimientos de turismo activo, de turismo de ocio nocturno y de turismo industrial certificados y con el distintivo Q.



Enlace web: <http://clusterturismogalicia.com/q-de-calidad/>

Náutica Espacio Atlántico (NEA)

NEA-Náutica Espacio Atlántico se trata de un proyecto que persigue el **desarrollo del turismo náutico** basándose en el fomento de las prácticas y de las competencias náuticas entre la población residente, para así contribuir al progreso de la economía global del sector náutico en las regiones del Espacio Atlántico de Portugal, España, Gran Bretaña, Irlanda y Francia.

El fin perseguido es, entre otros, el reforzamiento de la economía turística, respondiendo así a las expectativas y a la demanda de las poblaciones residentes.



Enlace web: <http://formacionytrabajo.com/proyectos/nea/gmx-niv125.htm>

Pazo Baión

Temática: Inclusión social

Adega Condes de Albarei, adquirió en el 2008 el Pazo Baión con el fin de desarrollar un proyecto vitivinícola, enoturístico y social de gran relevancia.

Este centro de enoturismo consta de cuatro edificaciones principales: el pazo y la antigua vivienda de los caseros, la antigua vaquería, la bodega vieja y el palomar.



Todo el proyecto ha sido concebido bajo los imperativos de la vanguardia, el diseño y la elegancia, conservando todo el valor histórico, botánico y paisajístico del pazo, en equilibrio con esta metamorfosis hacia los nuevos tiempos.

El proyecto se completa con el desarrollo de una importante **labor social** cuyas principales líneas son:

- ✓ Aportación de fondos para programas sociales de lucha contra la droga gestionados por el Ministerio de Sanidad.
- ✓ Programa de reinserción socio-laboral de ex-drogodependientes.

Enlace web: <http://www.pazobaion.com/>

Hotel Castaño Dormilón

Temática: Impacto en la comunidad y tradición

El hotel castaño dormilón abrió sus puertas en agosto del 2014 como resultado de la rehabilitación de una antigua escuela rural de la zona de Ortigueira entre los cabos de Ortegaleira y Estaca de Bares.



Cabe señalar que en este proyecto se tiene en cuenta:

- ✓ **Conservación de lo autóctono y tradicional:** En el proceso de restauración se respetaron todos los materiales preexistentes en el edificio.
- ✓ **Eficiencia energética y energías renovables:** Fieles a la conciencia medio ambiental con la que nace el proyecto por conservar el entorno natural en el que se encuentra situado (zona LIC, ZEPA, de protección RAMSAR), se decidió apostar por energías renovables como los paneles solares y la caldera de biomasa, que mantienen el sistema de calefacción y agua caliente a lo largo del año.

En cuanto a la iluminación, se apostó por sistemas eléctricos de bajo consumo y leds.

- ✓ **Gastronomía tradicional y productos ecológicos:** En el restaurante ofrecen productos locales de alta calidad y a ser posible de km cero. Además, en cuanto sea posible, se pretende

incorporar hortalizas y legumbres de la huerta ecológica perteneciente a los vecinos de la zona y que se encuentra a 3 kms del hotel.

✓ **Compromiso con la comunidad:** Desde la Asociación de Turismo de Ortegal, a la que pertenece el hotel, se apuesta por dinamizar la comarca, creando un consorcio que aúne sector público y privado, con el fin común de tener un sentimiento de comunidad y de incrementar el esfuerzo y dedicación para que las nuevas iniciativas de desarrollo se enmarquen en una apuesta por la sostenibilidad y la protección medioambiental. Esta iniciativa tiene ya un año de vida y ha dado sus primeros frutos con la creación de un blog *¿E TI QUE FAS NO ORTEGAL? ¿Y TÚ QUÉ HACES EN ORTEGAL?*, premiada por la Anpa Picapeixe del ayuntamiento de Cedeira.

Enlace web: <http://elcastanodormilon.es/>

Casa de Trillo

Temática: Impacto en la comunidad y tradición

La casa de Trillo se trata de un establecimiento de larga tradición histórica que se encuentra en una pequeña aldea del municipio coruñés de Muxía (A Coruña)

Debido a su historia y decoración, la estancia en la casa permite tener una especial **noción de cómo era la sociedad gallega en los últimos cinco siglos**, a través de los personajes ilustres que pernoctaron en ella, de los documentos antiguos que se conservan, y de la artesanía de la Costa da Morte, gracias a la utilización de estos productos en la decoración.



Cabe señalar que el establecimiento posee las siguientes **certificaciones de calidad y sostenibilidad:**

- ✓ Certificación CEHO-5s (Compostela Excelencia Hostelera)
- ✓ Certificación de Compromiso de Calidad Turística (Gobierno Central, Xunta de Galicia y Diputación de A Coruña)
- ✓ Certificación de la Fundación Ecoagroturismo.
- ✓ Socio del movimiento mundial Slow Food.
- ✓ Clasificación de la Asociación Española de Turismo Rural [4 espigas]
- ✓ Certificación Básica Ceres
- ✓ Certificado de excelencia TripAdvisor 2012

Enlace web: <http://www.casadetrillo.com/ca/web/portada.php>

Apartamentos de turismo rural “A Bastida”

Temática: Impacto en la comunidad y tradición

Los alojamientos rurales de Casa da Bastida se encuentran situados en el pueblo rural de origen celta de A Bastida por donde pasa uno de los caminos de Santiago más antiguos (camino primitivo; camino real o camino antiguo-A Fonsagrada (Lugo)). Se trata de un casón de arquitectura tradicional en piedra y madera local. Cuenta con 16 acres de campo verde horadado por ríos y riachuelos y adornado con cruces de piedra, molinos, ruinas del pasado celta y romano, etc.



Una de las singularidades de este establecimiento es su **certificación Five Leaf** (sistema de certificación internacional, mediante el cual se realiza la evaluación de la compatibilidad medioambiental de los hoteles independientemente de la categoría que les haya sido concedida por el sistema de las cinco estrellas) que permite a los clientes juzgar la calidad medioambiental del hotel y a los hosteleros exponer sus políticas ecológicas ante los clientes.

Enlace web: <http://www.casadabastida.com/index.html>

Naviera Illa de Ons, S.L.

Temática: Protección y sensibilización medioambiental

Se trata de una naviera familiar, perteneciente al Grupo Acuña (Grupo de empresas del sector turístico) y creada en el año 1998 con el fin de mejorar el servicio de transporte marítimo de viajeros entre Bueu y la Illa de Ons.

La empresa fue creciendo y amplió la oferta de sus rutas y la flota, de tal manera que en el 2009 dio un salto -cualitativo y cuantitativo- importante y comenzó a ofrecer servicios en la ría de Vigo, primero con la línea regular del barco de Moaña a Vigo, y un año después, en 2010, comenzó a trabajar el barco a las Islas Cíes desde Vigo, y más tarde desde Baiona y Cangas.



En Naviera illa de Ons, SL (NABIA NAVIERA) están comprometidos en proporcionar **servicios de transporte marítimo, tanto de línea regular como turísticos, cumpliendo con los requisitos de calidad** necesarios para satisfacer las expectativas y requerimientos de sus clientes, pero siempre trabajando en las máximas condiciones de protección ambiental para prevenir la contaminación. Consciente de la importancia de alcanzar este objetivo estratégico, la dirección

ha implantado un **sistema de gestión de calidad y medio ambiente** conforme a los requisitos de normas internacionales de gestión **ISO 9001 e ISO 14001** así como la legislación vigente.

Por otra parte, recientemente, la empresa ha adquirido el **certificado de Huella de Carbono** en la línea de pasajeros Bueu – Isla de Ons, cuyo objeto es gestionar la calidad del inventario de GEIs (Gases de efecto invernadero) en la empresa, tanto en su fase de elaboración como de comunicación, dando respuesta a los distintos requisitos planteados por la norma ISO 14064-1.

Cabe señalar que NABIA NAVIERA pertenece al **grupo de trabajo y foro permanente de turismo sostenible**, creado para elaborar y fijar los compromisos y planes a realizar en el Parque Nacional Marítimo-Terrestre de las Islas Atlánticas de Galicia en el periodo 2015- 2019, de acuerdo con la filosofía de la **Carta Europeo de Turismo Sostenible**. La obtención de la carta será un reconocimiento no solo para el Parque, sino también para todas las empresas turísticas y todos los interesados en la promoción de la zona. La participación ofrece a Nabia Naviera muchos beneficios, entre ellos la posibilidad de desarrollar nuevas oportunidades, beneficiarse de asesoría para mejorar la calidad de su oferta y mejorar la imagen de la empresa o entidad, por su compromiso con el turismo sostenible y contribución a la protección de los valores del Parque.

Enlace web: <http://www.piratasdenabia.com/empresa>

Alvarella Ecoturismo, S.L.

Temática: Protección y sensibilización medioambiental

Alvarella Ecoturismo S.L. es una pequeña empresa creada en el año 2000 y dedicada, desde el año 2001, a servicios de alojamiento turístico y actividades de educación ambiental, con el objetivo de **poner en valor el patrimonio natural y cultural de la Comarca de Eumesa (Bosque del Eume) y las Mariñas Betanceiras (Reserva de la Biosfera)**.

Consta de un albergue turístico con equipamientos para el desarrollo de actividades de educación ambiental y de una casa de los años 40 rehabilitada. Ambas instalaciones se encuentran ubicadas sobre una finca de 5,5 Ha, dedicada a diversos usos: labradío, prados, huertas, plantación de frutales, una parte de bosque (15.000m²), etc.

Albergue de ecoturismo: Consta de un edificio concebido para un turismo de grupos, con 12 habitaciones de 2-5 plazas, dos de ellas **adaptadas para minusválidos**, con baño y calefacción y un comedor para 70 personas.



Cabe señalar que el albergue no es solo un alojamiento, sino que incluye un **edificio didáctico** que sirve como centro de aprendizaje y de iniciación a la cultura medioambiental, donde se desarrollan **talleres y actividades de educación ambiental** en relación al Parque Natural das Fragas do Eume, al Patrimonio Histórico Eumés, rutas de senderismo, las energías renovables,

el litoral Atlántico, el reciclaje de residuos y aguas... dirigidas a los diferentes colectivos (escolares, asociaciones, profesores, mayores, clubs deportivos, empresas, etc.).

Debido a la preocupación por la naturaleza y el medio ambiente, se tiene que el **nuevo edificio didáctico**, mantiene una coherencia medio-ambiental y es un edificio singular que **reúne en sí mismo los principios de sostenibilidad**, sin perder un mínimo del encanto y sobriedad del medio rural en el que se encuentra inmerso. Así, los criterios ecológicos que se siguieron para su construcción han sido:

- ✓ **Bioconstrucción:** Se han empleado materiales naturales, de origen local, renovables, reutilizables, reciclables, etc. para reducir (dentro de lo posible) el impacto sobre el medio natural y posibilitar un desarrollo sostenible.
- ✓ **Bioclimática:** Se ha tenido en consideración la morfología del lugar, el clima y la orientación de la zona en la que se levantó.
- ✓ **Biosostenible:** No han agotado los recursos naturales ni alterado el medio para que las generaciones futuras encuentren un mundo habitable.

Casa Alvarella: Cuenta con **cuatro habitaciones** dobles con baño, un salón comedor, una sala-biblioteca, una galería mirador, la cocina y un porche cubierto.



Alvarella es un **destino de referencia a nivel autonómico e incluso nacional en lo que respecta a las prácticas medio-ambientales**, no obstante también cabe señalar que:

- ✓ Presta un servicio de restauración para degustar productos de la huerta, productos locales y de época.
- ✓ Pone en valor y fomenta el conocimiento del patrimonio natural y cultural que la comarca oferta.
- ✓ Fomenta el desarrollo de la economía local, fijando puestos de trabajo.

Así, se tiene que el diseño del proyecto ALVARELLA atiende tanto a criterios de sostenibilidad como a criterios económicos, medio ambientales y sociales.

Entre los **reconocimientos a la labor realizada**, cabe señalar:

- Primer albergue turístico de España en obtener la etiqueta ecológica de la Unión Europea, **ECOLABEL** (único establecimiento turístico de Galicia que la posee)
- **Tercer premio de los Premios Galicia a la Pequeña y Mediana Empresa Sostenible** (Consejería de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible de la Xunta de Galicia. Diciembre 2008)
- **Premio Europeo de Medio Ambiente a la Empresa 2009/2010. Sección Española.** Categoría: “Producto/Servicio para el Desarrollo Sostenible” (Dirección General de Medio Ambiente de la Comisión Europea. 2010)

- **Mención especial en el acto de presentación de los Premios de Comunicación Ecolabel 2011** (Comisión Europea de Medio Ambiente. 2012)

- **Premio Eurosolar 2012** por el uso y fomento de las energías renovables.

Enlace web: <http://www.alvarella.com>

II. Navarra

Proyecto Europeo ENECO2  **eneco2**
la eco-innovación cruza fronteras

El proyecto ENECO2 está destinado al desarrollo de la eco-innovación y la cooperación transfronteriza entre pymes. Aporta un **catálogo de herramientas para la eco-innovación y crea un espacio de conocimiento mutuo en materia de eco-innovación, medio ambiente y RSE**. Está incluido en el Programa de Cooperación Territorial España-Francia-Andorra 2007-2013, y sus principales objetivos son:

- Fomentar el intercambio, poniendo a disposición de las pymes y los agentes implicados un lugar de identificación, conocimiento e intercambio, a través de una plataforma virtual.
- Conocer mejor este ámbito de trabajo, dando dimensión y estableciendo las fronteras que definen la eco-innovación.
- Desarrollar una caja de herramientas útil para poner en marcha medidas de innovación.
- Acompañar a las empresas para que consigan poner en marcha medidas individuales o colectivas, así como cooperaciones transfronterizas.
- Transferir información, reflexión y experiencias para generar una dinámica transfronteriza directa entre pymes sobre eco-innovación, medio ambiente y RSE.

Enlaces web: <http://www.eneco2.org/>

Pymes del proyecto “Turismo Sostenible y Accesible_Eneco2”

Temática: Impacto en la comunidad y tradición

 **Turismo
Sostenible
Accesible**

Este proyecto tiene como objetivo promover la oferta turística impulsando la **eliminación de barreras que dificultan, a las personas con discapacidad**, el acceso a un turismo respetuoso con el entorno, cultura y tradiciones de la Merindad de Estella. Se trata de **ayudar a las empresas a tener conocimiento de la situación de accesibilidad y sostenibilidad en la que se encuentran**, para lo cual reciben un asesoramiento técnico que consiste en dos diagnósticos:

- **Diagnóstico de responsabilidad social empresarial (RSE)** : Empleando la metodología del Gobierno de Navarra
- **Diagnóstico de accesibilidad universal**: Conforme a la normativa internacional estandarizada (Criterios DALCO)

Por otro lado, a través de este proyecto, las **empresas eco-innovadoras en materia de turismo sostenible y /o accesible** reciben un acompañamiento transfronterizo que les permite darse a conocer en otros territorios (Aquitania, Midi-Pyrinee, Aragón, Navarra y La Rioja),

mediante encuentros presenciales (jornadas, foros, ferias etc.), y pertenecen a la red de eco-innovación de Navarra y a la red transfronteriza de empresas eco-innovadoras que el proyecto ENECO2 desarrolla.

Con todo ello se obtiene un doble beneficio, puesto que por un lado las personas con discapacidad van a poder disfrutar de servicios que hasta el momento no han podido y por otro lado, las empresas innovan, diferenciándose e integrándose en el entorno en el que desarrollan su actividad, alineando su actividad con el desarrollo sostenible.

La iniciativa Turismo Sostenible y Accesible está enmarcada dentro de POCTEFA en el proyecto ENECO2 y pretende articular diversos mecanismos que posibiliten un turismo integrador y global para el conjunto de la sociedad.

Las empresas participantes en este proyecto promovido por LASEME (Asociación de Empresas sin ánimo de lucro, de la Merindad de Estella) y gestionado en colaboración con los agentes eco-innovadores: AMIFE (Asociación de personas con Discapacidad Física de Tierra Estella), Tierras de Irizar (Asociación Turística del Valle de Yerri) y TEDER (Centro de Desarrollo Rural de Tierra Estella), son:

1. Finca Sarbil

La **Finca Sarbil**, se trata de una empresa de ganaderos que poseen cerca de 1000 hectáreas de campo dedicado a la **producción ecológica**, donde pastorea una ganadería sostenible compuesta por **vacas pirenaicas, yeguas jaca navarra y cabras**.



Finca Sarbil sigue una **política ecológica de protección del medio ambiente**, sin emplear productos químicos ni organismos genéticamente modificados. Se basa en la utilización óptima de los recursos naturales conservando la **fertilidad de la tierra** y logrando un **medio sostenible y equilibrado**.

Enlace web: <http://www.fincasarbil.com/la-finca/>

2. Ganadería Alba Reta

La **Ganadería Alba Reta** se fundó en 1998 y está ubicada entre el paraje de la Tejería y Valmayor en el término municipal de Grocin, ocupando una superficie de 100 hectáreas.



El objetivo prioritario de esta empresa consiste tanto en la conservación de la casta navarra como en la recuperación de este encaste para la lidia moderna.

Algunas de las **facetas de diversificación** que se realizan en la finca son: la organización de capeas, la realización de visitas guiadas para estar en contacto directo con los animales en las praderas del valle de Yerri y la degustación de los productos típicos de la zona.

Enlace web: <http://www.tierrasdeiranzu.com/p/es/mapa-interactivo/artesanos/ganaderia-alba-reta.php>

3. Cafetería Restaurante Durban

Este establecimiento hostelero, situado en la localidad de Ayegui, contribuye activamente al **desarrollo local generando empleo y riqueza y al desarrollo sostenible en cuanto:**

✓ **Compra sostenible:** En su política de empresa está el compromiso de adquirir los productos a proveedores locales, con el objetivo de favorecer el desarrollo económico local y disminuir el impacto ambiental en el entorno. Prácticamente todos los proveedores de la empresa son locales. Se realizan acciones o proyectos en los que se solicita la colaboración de los proveedores con el objeto de impulsar iniciativas de promoción local.

✓ **Eficiencia de los recursos (agua, energía, materias primas, transporte):** A la hora de diseñar el restaurante y el bar-cafetería se tuvieron en cuenta tanto criterios de eficiencia energética (iluminación LED, ahorro en climatización empleando vidrios aislantes, etc.) como criterios para reducir el consumo del agua (utilización de cisternas de aseo de doble botonera, regulador de agua de fregadero de cocina para controlar el caudal, etc.)

✓ **Disminución de impactos ambientales (emisiones, residuos, vertidos):** Cabe señalar que la discoteca que se encuentra en el establecimiento está insonorizada con el objetivo de generar el mínimo impacto sonoro en el entorno donde se ubica.

✓ **Eco-diseño:** El local fue diseñado con criterios de eficiencia energética, optimizando al máximo la luz natural y adquiriendo equipos y maquinaria que emplean el mínimo de energía y recursos.

✓ **Impactos CO2:** La empresa dispone de un vehículo para el traslado de los clientes, de tal manera que se optimiza el transporte y se reducen las emisiones de CO2 generadas por sus desplazamientos.

✓ **Residuos:** La empresa utiliza envases reutilizables para llevar comida, de tal manera que se elimina gran parte del residuo orgánico alimentario y la vida útil del envase es más amplia.

✓ **Impacto social:** Al participa en el proyecto “Turismo Sostenible y Accesible”, promovido por LASEME, se tiene que uno de los objetivos de la empresa, es ser accesible a personas con cualquier tipo de discapacidad, de tal manera que estas puedan disfrutar de una restauración sostenible.

✓ **Inversión socialmente responsable (ISR):** A la hora de invertir en el restaurante se tuvieron en cuenta criterios ambientales que permiten mejorar la eficiencia energética del restaurante, tales como la instalación de vinilos, así como criterios sociales como el desarrollo de actividades novedosas en Ayegui.

Enlace web:

<http://www.turismo.navarra.es/esp/organiceviaje/recurso/Restauracion/5558/Durban.htm>

4. Casa Rural Haritzalotz

La casa rural Haritzalotz ha sido realizada en un magnífico enclave del Valle de Yerri (Tierra Estella, Navarra). Está completamente adaptada para personas con movilidad reducida y ofrece actividades de ocio, piscina climatizada, zona de juegos, barbacoa, parque infantil y actividades relacionadas con el agroturismo.



Cabe señalar que en este proyecto se tiene en cuenta:

- ✓ **Eficiencia de los recursos:**
 - Disponen de paneles solares fotovoltaicos para generar electricidad
 - Realizan campañas informativas, con clientes, para concienciarles sobre el uso eficiente de los recursos: agua, energía etc.
- ✓ **Disminución de impactos ambientales:**
 - Se utiliza energía eléctrica renovable que permite reducir las emisiones asociadas al consumo energético de fuentes no renovables.
 - Se utilizan elementos biodegradables tales como las bolas empleadas en la actividad de paintball, productos de limpieza, etc. con el objetivo de no generar ningún tipo de contaminación en el entorno y disminuir la carga contaminante de los vertidos.
 - Los restos de poda del jardín son empleados como abono del campo de olivos.
- ✓ **Productos y servicios innovadores:** Se llevan a cabo visitas guiadas a la granja de pollos, a prados de cultivo de trigo y cebada, a plantaciones de olivos, etc. (Agroturismo)
- ✓ **Eco-diseño:** La casa rural Haritzalotz fue diseñada respetando la morfología del lugar donde se ubica, dispone de una única planta para su total accesibilidad y fue construida con madera de roble con un mínimo impacto medioambiental.
- ✓ **Biodiversidad:** Conservación del entorno rural y fomento de su respeto y conocimiento.
- ✓ **Impacto social:** Al participar en el proyecto “Turismo Sostenible y Accesible”, promovido por LASEME, se tiene que uno de los objetivos de la empresa, es ser accesible a personas con cualquier tipo de discapacidad. En la actualidad, está adaptada para personas con movilidad reducida.

Enlace web:

<http://www.casasruralesdenavarra.net/es/alojamientos/casa-rural-haritzalotz-zurucuain-navarra.html>

5. Camping Lizarra

El Camping Lizarra situado en la ciudad de Estella-Lizarra, es un camping de primera categoría que cuenta con: zona de acampada y bungalows, dos piscinas, bar, restaurante, discoteca, supermercado, circuito de mini golf, rocódromo, etc.



En este proyecto se tiene en cuenta:

✓ **Eficiencia de los recursos:**

- **Energía:** Las nuevas instalaciones deportivas que se encuentran en construcción, han sido diseñadas teniendo en cuenta criterios de eficiencia energética, tales como: la iluminación led, instalación de detectores de presencia, sectorización de iluminación del camping, iluminación regulable, etc.
- **Agua:** Utilización de barredoras para la limpieza de las zonas comunes; instalación de difusores de agua en grifos de ducha, lavaderos y fregaderos, etc.
- **Gas:** Utilización de una caldera que genera agua caliente sanitaria con biomasa (los restos de poda se utilizan como combustible).

✓ **Disminución de impactos ambientales:** La empresa dispone de un sistema de compostaje que se alimenta de los residuos orgánicos generados por los clientes y de los restos de poda del camping.

✓ **Residuos:** La empresa utiliza y ofrece a sus clientes bolsas y envases reutilizables con el objetivo de eliminar gran parte del residuo orgánico.

✓ **Impacto social:** Al participar en el proyecto “Turismo Sostenible y Accesible”, promovido por LASEME, se tiene que uno de los objetivos de la empresa, es ser accesible a personas con cualquier tipo de discapacidad.

Por otra parte, se realizan visitas culturales guiadas a Estella-Lizarra, al Castillo de Monjardín y a las bodegas de la zona.

✓ **Formación:** El equipo responsable de la empresa realiza campañas y talleres para concienciar y formar, tanto a trabajadores como a clientes, en: compras sostenibles, gestión de residuos, conservación y conocimiento del entorno natural, cómo y donde realizar compostaje, etc.

Enlace web: <http://www.campinlizarra.com/>

6. Bodegas Aroa

Bodegas Aroa, localizada en el Valle de Yerri, se dedica a la producción de vinos procedentes de agricultura ecológica y biodinámica. Su objetivo fundamental es determinar el impacto generado y minimizarlo.



En este proyecto se han desarrollado las siguientes acciones en materia de RSE:

- ✓ **Eficiencia de los recursos:**
 - Empleo de las precipitaciones pluviales.
 - No existencia de climatización asistida en instalaciones de producción.
- ✓ **Eco-diseño:**
 - La bodega se ha construido bajo un diseño basado en la construcción eficiente.
 - El producto ofertado se trata de vino ecológico
- ✓ **Nuevos modelos de negocio:** Aroa Bodegas está inmersa en un proyecto de investigación junto a la empresa LEV 2050 y Viñedos Uriz, en la que se identifica todas las cepas de levaduras que afectan a su Terroir y las cuales crean una diferenciación en sus vinos.
- ✓ **Eco-label:** El etiquetado de su producto resalta las características de producto ecológico.
- ✓ **Impactos CO2:** Desarrolla un proyecto de neutralidad de emisiones CO2=0 en actividad de bodega y enoturismo:
 - Identificación e inventarización de las fuentes de emisión de CO2 relacionadas con su actividad.
 - Determinación e implementación de medidas correctoras, encaminadas al uso eficiente de la energía y la gestión responsable de los residuos;
 - Instauración de un sistema de control de prácticas y compensación del balance de emisiones resultante.
 - Determinación de la HC.
- ✓ **Biodiversidad:** Desde Aroa se fomenta el turismo en el Valle de Yerri de forma respetuosa con el entorno, asesorando a clientes y ofreciéndoles información sobre senderos del Valle.
- ✓ **Impacto social:** Al participar en el proyecto “Turismo Sostenible y Accesible”, promovido por LASEME, se tiene que uno de los objetivos de la empresa, es que las personas con cualquier tipo de discapacidad puedan visitar la bodega y participar en las acciones que se llevan a cabo.

Por otro lado, cabe señalar que los espacios de la bodega son usados como sala de exposiciones.

- ✓ **Transparencia/ Visibilidad:** Bodegas Aroa realiza un diagnóstico de responsabilidad social empresarial que fomenta la transparencia con sus grupos de interés, informándoles de su proyecto y los resultados alcanzados.

Enlace web: <http://www.arowines.com/lenaturel-restaurant-bodegas-aroa.html>

7. Escuela Navarra de Vela (ESNAVELA)

Desde 1.984, la Escuela Navarra de Vela, situada en la localidad navarra de Lerate, a orillas del embalse de Alloz y dentro del camping de Artizaleku, desarrolla su actividad para acercar, al público en general, a la vela en su formato más sencillo, la vela ligera.



Cabe señalar que en este proyecto se tiene en cuenta:

- ✓ **Eficiencia de los recursos:** Se llevan a cabo acciones encaminadas a la eficiencia en el consumo de combustible para vehículos:
 - Se imparte formación a monitores para realizar una navegación eficiente que disminuya el consumo de combustible.
 - Se han instalado nuevos motores ecológicos de dos tiempos que disminuyen el consumo de recursos y las emisiones contaminantes.
- ✓ **Disminución de impactos ambientales:**
 - La utilización de motores eléctricos en las embarcaciones ha eliminado parte de los residuos de aceites usados.
 - Se llevan a cabo campañas de sensibilización y formación dirigidas a la clientela y al personal de limpieza y mantenimiento de las instalaciones, para evitar que el aire arrastre residuos que puedan contaminar el agua del pantano.
 - Se llevan a cabo talleres en los que se da la posibilidad de realizar manualidades con envases, logrando una valorización de los residuos.
- ✓ **Impactos CO2:** Se llevan a cabo cursos de formación en navegación eficiente que permiten aprender a manejar los motores de forma óptima y, en consecuencia, disminuir las emisiones atmosféricas.
- ✓ **Biodiversidad:** Se dispone de una planta de desinfección de mejillón cebrá por la cual deben pasar todas las embarcaciones que acudan al pantano y que no disponen de certificado de desinfección propio. De esta forma se conserva la fauna presente en el embalse y se evita la contaminación con especies invasoras.
- ✓ **Impacto social:** Participa en el proyecto “Turismo Sostenible y Accesible” promovido por LASEME y cuyo objetivo es que la empresa sea accesible a personas con cualquier tipo de discapacidad, para que puedan disfrutar de un ocio sostenible.

Enlace web: <http://www.escuelanavarradevela.com/>

8. Camping Aritzaleku

El Camping Aritzaleku está ubicado en Lerate junto al Camino de Santiago, en el mismo embalse de Alloz. Dispone de parcelas completamente equipadas, alquiler de bungalows, dormitorios múltiples, parque infantil, piscina, deportes náuticos y cualquier tipo de actividad relacionada directamente con la naturaleza.



En esta empresa se llevan, o se han llevado a cabo, las siguientes actuaciones en materia de RSE:

- ✓ **Eficiencia de los recursos:**
 - Se dispone de placas solares para la obtención de agua caliente sanitaria en el edificio de servicios.

- La iluminación del camping está sectorizada y programada para aumentar su eficiencia.
- El riego de las zonas verdes del jardín se realiza con agua de pantano, eliminando el consumo de agua potable para estas actividades.
- Existen temporizadores de luz y de grifos de agua para mejorar su eficiencia.
- ✓ **Disminución de impactos ambientales:**
 - Uso de energías renovables permitiendo reducir las emisiones asociadas a consumo energético de fuentes no renovables.
 - Las acciones orientadas a disminuir el consumo energético repercuten en la generación de menos gases de efecto invernadero.
 - Los restos de poda se valorizan en una planta de compostaje generando abono.
- ✓ **Residuos:** Dispone de un sistema de compostaje que se alimenta de los residuos orgánicos generados por los clientes.
- ✓ **Biodiversidad:**
 - Se conserva el entorno del embalse y se fomenta su respeto y conocimiento, transmitiéndole a los clientes conceptos en esta materia.
 - Se dispone de instalación para descontaminación de embarcaciones con mejillón cebra, con el objetivo de no contaminar las aguas.
- ✓ **Impacto social:** Participa en el proyecto “Turismo Sostenible y Accesible” promovido por LASEME y cuyo objetivo es que la empresa sea accesible a personas con cualquier tipo de discapacidad para que puedan disfrutar de un ocio sostenible en el camping y su entorno.

Enlace web: <http://www.aritzaleku.com/>

9. Hotel Tximista

Se trata de un hotel situado en un restaurado conjunto industrial del siglo XIX, en la antigua fábrica de harina de Estella. Cuenta con 21 habitaciones dobles, 6 individuales y dos cuádruples. Dispone de cafetería-restaurante, desayuno buffet, garaje en un edificio cercano, terraza y jardín.



Cabe señalar que en este proyecto se tiene en cuenta:

- ✓ **Compra sostenible:** Por política de empresa existe el compromiso de adquirir, siempre que sea posible, los productos a proveedores locales para favorecer el desarrollo económico local y disminuir el impacto ambiental en el entorno.
- ✓ **Eficiencia de los recursos:**
 - Acciones de concienciación del cliente para optimizar el consumo de agua y energía.
 - Sectorización y detección automática de presencia en las estancias, para disminuir el consumo de alumbrado.

✓ **Impacto social:** Participa en el proyecto “Turismo Sostenible y Accesible” promovido por LASEME y cuyo objetivo es que la empresa sea accesible a personas con cualquier tipo de discapacidad para que puedan disfrutar de un alojamiento y restauración sostenibles.

Enlace web: <http://www.sanvirilahoteles.com/tximista>

10. Pacharán Azanza

Desde su fundación, en 1810, en la localidad de Abarzuza, Licores Azanza ha trabajado por y para la calidad del pacharán, aunando tradición y modernidad. En sus orígenes produjo los primeros anisados, brandis y orujos de la zona.



En este proyecto se han llevado las siguientes acciones:

✓ **Compra sostenible:** La política empresarial de Pacharán Azanza, fomenta el desarrollo local adquiriendo la mayor parte de los productos a proveedores.

Entre la empresa y sus proveedores locales existe una estrecha colaboración con la que se encuentra el beneficio mutuo y se reduce el impacto ambiental al mínimo.

✓ **Eficiencia de los recursos:**

- Se emplea el alcohol desechado del proceso para la limpieza y desinfección, evitando utilizar productos químicos.
- Los restos de endrinas se emplean como abono para el campo haciendo innecesario el uso de fertilizantes inorgánicos.

✓ **Disminución de impactos ambientales:**

- Los residuos y productos químicos asociados a la limpieza y desinfección minoran con la utilización de alcohol del proceso.
- Los residuos orgánicos son eliminados empleando los restos de endrinas como abono.

✓ **Eco-label:** En su etiqueta se menciona el hecho de que se trata de un alimento artesano de Navarra.

✓ **Impactos CO2:** La empresa cultiva sus propios endrinos con lo que ejerce de sumidero de la elaboración de pacharán.

✓ **Biodiversidad:** El pacharán Azanza siempre se produce con arañones o endrinas de la tierra, lo que fomenta la conservación de ecotipos de la zona pertenecientes a la indicación geográfica protegida "Pacharán de Navarra".

✓ **Impacto social:** Participa en el proyecto “Turismo Sostenible y Accesible” promovido por LASEME y cuyo objetivo es que la empresa sea accesible a personas con cualquier tipo de discapacidad para que puedan visitar la fábrica y los campos de cultivo.

Enlace web: <http://www.pacharanazanza.com/>

Proyecto Gestión y Mantenimiento del Área Natural y Recreativa del Bosque de Orgi (ANR) Empresa Garrapo SL

Temática: Protección y sensibilización medioambiental

Orgi es un monte comunal de 77 hectáreas perteneciente al Concejo de Lizaso e incluido en la Red Europea Natura 2000 como ecosistema representativo de Navarra dentro de la Zona Especial de Conservación “Robledales de Ultzama-Basaburua”.



Desde 1996, año en el que se declara como área natural recreativa, se tiene que el bosque de Orgi, en un intento de desarrollar una experiencia de dinamización sociocultural y ambiental en el medio rural, destinado a la población local y al público en general, acoge un proyecto piloto de uso público en la naturaleza, proyecto ORGI-ULTZAMA-PLAZAOLA, con un triple compromiso:

- ✓ Protección legal del espacio natural del robledal, ordenación del espacio y su adecuación para los nuevos usos.
- ✓ Desarrollo de un plan de uso público que fomenta la sensibilización ambiental y el uso lúdico-recreativo de forma compatible con la conservación de sus valores naturales.
- ✓ Integración en su entorno sociológico, mediante la dinamización de actividades para el desarrollo rural sostenible desde la perspectiva ambiental.

La empresa local Garrapo SL es la encargada de gestionar el proyecto referenciado. Para ello, como empresa de economía social, construye nuevas formas de relación y de gestión mediante:

- Un compromiso con la Educación Ambiental
- Una apuesta por la sostenibilidad y responsabilidad social
- Un equipo humano como motor

Así, desde 1996, el buen estado de conservación del robledal y de sus instalaciones y la satisfacción de sus visitantes (número medio de 40.000 visitantes) son la mejor prueba de aceptación social del ANR de Orgi. Los esfuerzos se han centrado en:

- ✓ Desarrollo de Orgi, como un proyecto piloto de uso público de la naturaleza, con un triple objetivo de **educación, recreo y conservación, integrado en un contexto local**, del valle de Ultzama, **como estrategia de desarrollo rural**.
- ✓ **Conservación de las especies incluidas en el catálogo de fauna y flora amenazada de Navarra** y preservación y mejora de los hábitats más singulares y sensibles del viejo robledal encharcadizo, bajo las directrices del plan de gestión del Z.E.C robledales de Ultzama-Basaburua de la Red Natura 2000 en el que se integra Orgi.

- ✓ **Educación ambiental escolar de calidad**, procurando incrementar la atención de las visitas guiadas, mediante la elaboración de materiales propios y la renovación permanente de las actividades destinadas a este fin.
- ✓ Diseño de un **sistema propio de interpretación y sensibilización ambiental para el público visitante**.
- ✓ Realizar de la manera más personalizada posible, las **tareas de atención al público, recogida de sugerencias, sensibilización y trato directo con los visitantes**.
- ✓ Fomentar la participación ciudadana con actividades de **voluntariado ambiental**.
- ✓ Afianzar Orgi como **espacio para el aprendizaje** y puesta en valor de los conocimientos de alumnos en prácticas.
- ✓ **Diseño de actividades específicas** para la población local, a través de la colaboración con el colegio local, medios de comunicación locales, atención de trabajadores de empleo social protegido y mantenimiento de un fondo documental local.
- ✓ Trabajar en la **puesta en marcha de nuevos productos o servicios** para generar ingresos que complementen las bajadas presupuestarias o situaciones de recortes o crisis que existen en la actualidad.

Reconocimientos a la labor realizada por el concejo de Lizaso:

- ✓ En el año 2004, el concejo de Lizaso fue premiado por el departamento de medio ambiente del gobierno de Navarra, con el **primer premio de buenas prácticas ambientales de Navarra**, por su proyecto de desarrollo sostenible para el medio rural.
- ✓ En el año 2005, la organización nacional de ciegos de España (ONCE) otorgó el **primer premio Bastón Blanco de la ONCE** al Concejo de Lizaso, en reconocimiento por la labor realizada en Orgi, a través de la eliminación de barreras y adaptación de un paseo para invidentes.
- ✓ En el año 2006, el proyecto de Orgi fue **incluido en el catálogo español de “buenas prácticas para mejorar las condiciones de vida”** que fue presentado al VI concurso de naciones unidas de buenas prácticas (Dubai)

Enlace web (Orgi): http://www.bosque-orgi.com/noticias_desarrollo.php?id=215

Enlace web (Garrapo SL): <http://www.garrapo.com/>

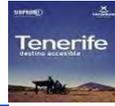
III. Tenerife

Tenerife destino accesible

La Sociedad Insular para la Promoción de las Personas con Discapacidad (Sinpromi) y Turismo de Tenerife han elaborado y presentado la Guía Tenerife Destino Accesible y la web www.tenerife-accesible.org, con el objetivo de **posicionar a la isla de Tenerife como referente en turismo accesible a nivel nacional e internacional**.

Tanto la guía como la web recogen las condiciones de accesibilidad de instalaciones turísticas o de interés turístico de la isla y permite consultar y conocer de antemano los lugares o servicios que se desean visitar, con el fin de obtener una información previa y fiable de las visitas,

excursiones o viajes que se quieren realizar, información importante, sobre todo para las personas con dificultades de movilidad o comunicación reducida. Además, permite la geolocalización de las instalaciones, así como conocer la accesibilidad del entorno urbano, favoreciendo la movilidad de los usuarios.



Enlace web: <http://www.tenerife-accesible.org/>

Plan Integral de Accesibilidad de Arona

El Ayuntamiento de Arona se caracteriza por ser un modelo en accesibilidad, donde todos los ciudadanos, sin excepción, disfruten de unos óptimos niveles de bienestar. Para ello asume el reto de que su oferta turística llegue a todo el mundo, poniendo en marcha el **Plan Integral de Accesibilidad de Arona** cuya aplicación es de ámbito municipal y abarca todo el conjunto de actividades de la vida diaria.

Su objetivo es mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad y de la población en general.

Sus principales áreas de trabajo son:

- ✓ **Urbanismo:** Supresión de barreras arquitectónicas en las vías públicas.
- ✓ **Edificación:** Edificios públicos, centros sanitarios, administrativos, educativos y culturales y edificios de uso privado (Alojamientos turísticos, Centros de Ocio, Restauración, Agencias de Viajes, etc.).
- ✓ **Transporte:** Autobuses accesibles, taxis adaptados, empresas de alquiler de coches, etc.
- ✓ **Comunicación sensorial:** Telecomunicaciones (Página Web Accesible, Telefonía móvil, Teléfonos de texto).

Ocio y turismo: Por ejemplo, para que todos, sin ninguna excepción, puedan disfrutar de la playa de Las Vistas, en condiciones de seguridad y comodidad, ésta se ha dotado de toda la infraestructura y el equipamiento necesario.

Por otra parte, cabe señalar que, recientemente, Arona, como destino turístico, avanza en su apuesta para mejorar la gestión turística municipal a través de la implantación del Certificado Biosphere Destination del Instituto de Turismo Responsable (ITR).

Entre los **reconocimientos a la labor realizada**, cabe señalar:

- ✓ Reconocimiento por parte de la Consejería de Asuntos Sociales del Gobierno de Canarias en la categoría de '**Municipio Turístico Sin Barreras**' (Año 2005)
- ✓ Reconocimiento por parte de la Asociación de Educación Ambiental y del Consumidor (Adeac) por la **accesibilidad a la Playa de Las Vistas** (Año 2005)

✓ **Premio Reina Sofía de Accesibilidad**, que concede el Real Patronato sobre Discapacidad (Año 2009)

Enlace

web:

http://www.arona.org/portal/fdes_d4_v1.jsp?codMenu=1756&codMenuPN=1473&codMenuS

[N=1478&contenido=28574&nivel=1400&numeroPagina=12&tipo=6](http://www.arona.org/portal/fdes_d4_v1.jsp?codMenu=1756&codMenuPN=1473&codMenuSN=1478&contenido=28574&nivel=1400&numeroPagina=12&tipo=6)



Proyecto “Empleo con apoyo para personas con discapacidad en el sector turístico”

Se trata de un proyecto con el que se pretende impulsar el acceso al empleo de aquellas personas con discapacidad que presentan mayores dificultades. Este proyecto ha de constituir un punto de referencia tanto para los desempleados como para aquellas empresas que por razones legales y/o de responsabilidad social, se comprometen con el empleo de las personas con discapacidad.



Así, entre sus objetivos destaca el romper las barreras psicológicas del empresariado, que son las más difíciles de superar, ante la contratación de personas con algún tipo de discapacidad

El proyecto se sostiene sobre **tres pilares fundamentales**:

✓ **Metodología de intervención: Empleo con apoyo.** Esta metodología se basa en el acompañamiento a la persona desempleada durante su itinerario de inserción y en el entrenamiento que le proporciona un preparador laboral en las tareas propias del puesto de trabajo. Esta metodología ha demostrado un alto grado de eficacia en lo que a consecución y mantenimiento de puestos de trabajo se refiere.

✓ **Integración en puestos de trabajo del sector turístico**, al constituir éste el motor de la economía canaria y un sector en el que a pesar de los vaivenes actuales continua vivo en lo que a contrataciones se refiere, además de proporcionar puestos de trabajo que por sus características se adecuan a las potencialidades de las personas con discapacidad intelectual, que son los principales beneficiarios del proyecto.

✓ **Metodología del trabajo en Red** al contar con la participación activa de agentes sociales, entidades del tercer sector y administración pública que tendrán un papel activo en el desarrollo del mismo.

Enlace web: <http://www.sinpromi.es/es/proyecto/5>

PRIS Sostenible

El proyecto “La energía despierta el atractivo del Pris”, que se desarrolla en el pueblo pesquero del Pris situado en el municipio de Tacoronte, pretende crear una identidad común asociada a la eficiencia energética y a la pesca artesanal en esta zona pesquera con el objetivo de promocionar el Pris como barrio pesquero sostenible.

El proyecto **se centra en la mejora de la eficiencia energética y en la modernización del paseo marítimo y de los comercios de primera línea de este núcleo costero**. Además, se llevan a cabo acciones participativas con los ciudadanos para promover las energías renovables, la eficiencia energética y el uso de las TIC.

A fin de difundir la actividad principal del barrio (la pesca artesanal) y aumentar el valor de su producto frente al consumidor, se creó una aplicación multiplataforma con la que se pretende abrir nuevas vías de comercialización, fomentar la venta directa y evitar desplazamientos innecesarios por parte de los consumidores favoreciendo así un modelo de gestión más sostenible.

Enlace

web:

<http://www.iter.es/index.php/mod.paqs/mem.detalle/idpaq.257/idmenu.1293/chk.fdb4e238e>

13828bc1f203bf14400ef18.html



Fatoría de innovación turística

La Factoría de Innovación Turística (FIT), proyecto impulsado por el **Cabildo de Tenerife** junto a la **Cámara de Comercio, Ashotel** y el **Ayuntamiento de Adeje**, surge por la necesidad detectada en el sector turístico de Tenerife y de Canarias en general, de adaptarse a las nuevas demandas y nuevos perfiles de visitantes en las islas.

De esta manera, la FIT no sólo se convierte en un **proyecto de innovación turística pionero** en Canarias, sino **en toda España**, donde funcionan otros centros de I+D+i, de carácter multisectorial.

La FIT puede considerarse como un lugar de encuentro de las empresas del sector turístico donde la innovación es el hilo conductor que dirige las acciones y actividades que allí tienen lugar y donde se concentra el talento y la creatividad que fomenta la generación de ideas, proyectos empresariales, cooperación entre profesionales y planes de negocio para un mejor desarrollo del tejido empresarial.

Así, la FIT es un centro neurálgico de información, conocimiento y capacitación que permite a los empresarios y profesionales del sector servicios estar al día en las últimas tendencias y estrategias de gestión en el área turística, gastronómica, de ocio y comercial.

Enlace web: <http://www.fitcanarias.com/>



Excelencia Turística de Tenerife_ Iniciativa para el cálculo de la HC en hoteles.

El objetivo general que persigue esta iniciativa es la introducción de la Huella de carbono como indicador del desempeño ambiental en hoteles. Para ello se pretende alcanzar dar a conocer la cultura del cálculo de la huella de carbono para que las empresas procedan posteriormente a la elaboración de un plan de reducción y/o compensación.

Entre los objetivos específicos se encuentran los siguientes:

- ✓ Ayudar a las empresas simplificando y reduciendo los costes de calcular su Huella de Carbono.
- ✓ Ofrecer información de utilidad para desarrollar una estrategia efectiva de reducción de emisiones de GEI.
- ✓ Contribuir a la visibilidad del compromiso ambiental por parte de los establecimientos participantes.

La Metodología sobre la que se trabaja es la herramienta HCMI 1.1 desarrollada por The World Travel & Tourism Council (WTTC) que permite que el sector hotelero informe de las emisiones de dióxido de carbono del mismo modo, y desarrolle un lenguaje común que proporciona claridad a los clientes que quieren entender su contaminación por carbono.

Las empresas beneficiarias de esta iniciativa son los establecimientos asociados a **Excelencia Turística de Tenerife** que han considerado de interés la estrategia de la sostenibilidad y asumido el compromiso de participar y finalizar el programa de actuaciones.

La iniciativa contempla la realización de varios talleres formativos. Uno inicial en el que se introduce al alumno en el enfoque de la Huella de carbono y otro experiencial en el que el asistente, haciendo uso de la herramienta HCMI, puede proceder a realizar los cálculos para obtener los valores de CO₂ del establecimiento en el período definido.

Además, cabe señalar que existe un acompañamiento en las distintas fases de la iniciativa, tanto en la etapa de recopilación de datos de consumos y factores de emisión, como en la fase de definición de las actuaciones para la reducción progresiva de los GEI aunque en este aspecto es el establecimiento el que debe valorar su capacidad y viabilidad.

Por último, otra de las cuestiones que permite esta iniciativa, es la comparación entre las empresas participantes, de manera que usando todos la misma metodología y alcance, se puedan comparar los datos entre los establecimientos.

Enlace web: <http://blog.excelenciatenerife.com/iniciativa-calculo-huella-de-carbono/>



Proyecto Europeo EUSKYROUTE

El Cabildo de Tenerife es la entidad responsable de liderar el proyecto europeo EuskyRoute cuyo objetivo es crear **rutas astroturísticas** en los diferentes territorios participantes (Tenerife; Polonia; Italia; Portugal; Bulgaria; Grecia y España) que den **valor al patrimonio astronómico de los mismos y a sus recursos asociados**.

A través de este proyecto cada territorio participante pone en valor sus principales recursos vinculándolos y tematizándolos en torno a la astronomía, de tal manera que se crea una ruta europea de interés astronómico basada en la oferta turística de calidad ligada al conocimiento científico.

Entre los objetivos del proyecto cabe señalar:

- ✓ Incorporar y establecer el conocimiento científico europeo sobre astronomía en la oferta turística y de ocio local.
- ✓ Ampliar y fortalecer las asociaciones existentes a nivel europeo de la astronomía hacia el desarrollo local, mejorando la industria del turismo y el ocio.
- ✓ Incorporar nuevos perfiles profesionales a la oferta turística cultural
- ✓ Favorecer el desarrollo de un sistema de movilidad basado en la sostenibilidad y en el respeto al medioambiente.
- ✓ Atraer nuevos visitantes hacia nuevas experiencias fuera del círculo turístico habitual ofrecido localmente



Enlace web: <http://www.euskyroute.eu/>

Proyecto Drago

El proyecto Drago nace con el objetivo de establecer **acciones para la planificación y promoción del ecoturismo en la región de Souss Massa Drâa y Canarias**.

Entre los objetivos de la estrategia turística de **Tenerife** destaca reforzar la cooperación y fomentar el desarrollo de proyectos conjuntos e intercambio de conocimiento con otras regiones, una apuesta clara por el desarrollo de productos turísticos bajo criterios de sostenibilidad y calidad y una adaptación como reto principal a las nuevas tendencias del turista del siglo XXI. Igualmente otras islas como **Fuerteventura** también han priorizado el desarrollo del ecoturismo como un producto turístico prioritario para su consolidación como destino turístico.

Por otro lado, **la Región Souss Masa Drâa** es el primer destino turístico del Reino de Marruecos, siendo Agadir una referencia de destino turístico. La región tiene un potencial turístico importante y variado, que además del turismo náutico, está potenciando otros segmentos como el turismo cultural, rural y ecológico.

Así la estrategia compartida de potenciar los productos turísticos vinculados a la sostenibilidad y la riqueza natural, paisajística y la biodiversidad, entre los diferentes territorios, les convierte en un escenario perfecto para desarrollar el proyecto y fomentar productos turísticos de ecoturismo conjuntos de doble destino.

El proyecto Drago tiene como **principales objetivos**:

- ✓ Promocionar la región de Souss Massa Drâa y las islas de Tenerife y Fuerteventura como destinos de ecoturismo.
- ✓ Generar riqueza a partir del uso sostenible de los recursos naturales, culturales y etnográficos.
- ✓ Potenciar el desarrollo económico local evitando la emigración de la población rural.

A través de este proyecto se pretende:

- ✓ Promover proyectos empresariales de ecoturismo en Canarias y Souss Massa Drâa.
- ✓ Crear productos turísticos de doble destino, especializados en ecoturismo.
- ✓ Posicionar Tenerife, Fuerteventura y Souss Massa Drâa en el mercado internacional del ecoturismo.
- ✓ Organizar la oferta ecoturística actual y eliminar la competencia desleal a las pymes consolidadas.
- ✓ Incrementar la calidad de los servicios ecoturísticos ofertados en la actualidad.
- ✓ Mejorar la formación de los profesionales del sector del ecoturismo.

Además, cabe señalar que dentro de las diferentes acciones a llevar a cabo, destaca la introducción de la perspectiva de la discapacidad y la **mejora de la accesibilidad de las infraestructuras y servicios ofertados**, permitiendo que todas las personas, sin distinción, puedan disfrutar de las actividades de ecoturismo en igualdad de condiciones.

Enlace web: <http://www.webtenerife.com/corporativa/que-hacemos/actuaciones-destino/dinamizacion/drago.htm>

Casas ITER Bioclimáticas.

Se trata de una iniciativa promovida por el Cabildo de Tenerife, el ITER y el Colegio de Arquitectos de Canarias, cuyo objetivo principal es **encontrar una combinación de estrategias que permita alcanzar soluciones sostenibles al problema de la energía en edificios**. Las soluciones presentadas por cada uno de los diseños bioclimáticos de las casas abren nuevos caminos para conseguir la máxima integración de los sistemas de energías renovables en estructuras habitables.

La urbanización bioclimática está formada por 25 viviendas unifamiliares construidas siguiendo criterios bioclimáticos (aprovechamiento de las condiciones climáticas del emplazamiento, empleo de materiales reciclados y reciclables, etc.) y optimizando las condiciones

medioambientales (integración de energías renovables, tratamiento de agua, de residuos, etc.) con cero emisiones de CO2.

CASAS ITER
BIOCLIMÁTICAS

Enlace web: <http://casas.iter.es/>

Turisfera. Cluster Tenerife de Innovación Turística

Turisfera es el **primer cluster vinculado al sector turístico en Tenerife**. Surgió, en el año 2010, a raíz de la necesidad de crear un espacio de colaboración para innovar con los empresarios, instituciones públicas y la Universidad de La Laguna.

Su misión es **generar y canalizar las iniciativas innovadoras de las empresas del sector turístico**, y crear una **red de empresas turísticas** que emprendan proyectos innovadores y fortalezca modelos de negocio sostenibles y reinvente los insostenibles.



Entre los proyectos que se han llevado a cabo dentro de Turisfera cabe destacar:

Effi-e Play Green: Se trata de una herramienta soportada en una plataforma virtual extensible a dispositivos táctiles interactivos, que **indica los resultados de ecoeficiencia de los establecimientos, proporcionando información en línea sobre el comportamiento ambiental de las instalaciones.**

Effi-e Play Green ha sido distinguida por la International Telecommunication Union (Organización para las Naciones Unidas) en el ITU Green ICT Application Challenge con una mención especial como **aplicación más innovadora para aumentar la eficiencia energética y luchar contra el cambio climático.**

Ruta Econorte: La ruta Eco-Norte llamada **Senda EcoWay** es una **ruta turística**, a través de la cual los turistas pueden disfrutar haciendo sus visitas a puntos emblemáticos del norte de la isla de Tenerife, **con una huella de carbono aproximada a cero**, utilizando para ello un vehículo eléctrico.

La creación de este servicio único y pionero en la región y también a nivel nacional está en línea con la sostenibilidad, que es una de las líneas estratégicas de actuación del Clúster Turisfera.

Festival Boreal: Se trata de un **ecofestival** que acoge diversas actividades relacionadas con la música, el medio ambiente, y el arte en entornos naturales únicos de la zona nordeste de Tenerife.

Enlace web: <http://www.turisfera.org/>

Hotel Tigaiga.

Temática: Protección y sensibilización medioambiental

El Hotel Tigaiga está situado en el Parque Taoro, en una zona tranquila del Puerto de la Cruz con vistas panorámicas que van del Valle de la Orotava, con su pico del Teide, hasta al océano Atlántico. Cuenta con piscina al aire libre climatizada rodeada de un bello jardín botánico con palmeras subtropicales.



En el hotel se trabaja con el objetivo **de ser un ejemplo para la gestión ambiental hotelera y el desarrollo sostenible**, llevando a cabo acciones respetuosas con el medio ambiente, tales como:

- ✓ Conexión a la planta depuradora municipal
- ✓ Uso de energía solar térmica
- ✓ Cambio de toallas a petición del cliente
- ✓ Medidas de ahorro energético y consumo de agua
- ✓ Separación de residuos
- ✓ Uso de botellas reutilizables
- ✓ Uso de productos de limpieza biológicamente degradables
- ✓ Catálogo digital del jardín garden.tigaiga.com

Cabe señalar que el Hotel Tigaiga participa en el proyecto denominado **“Plan –CO2 , Check, Act”** cuyo objetivo es la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero a fin de desarrollar una empresa turística cada vez más comprometida con la sostenibilidad y difundir esta idea entre las empresas del sector.

Además, el Hotel Tigaiga es un ejemplo de hotel familiar cuyo fundador, era y es considerado un pionero y visionario en materia de sostenibilidad y uso de energías renovables, sabiendo mantener y transmitir de generación en generación, su espíritu de superación y de compromiso medioambiental y social con la comunidad. Prueba de ello lo confirman sus **numerosos certificados y premios obtenidos hasta la fecha** (Por ejemplo: Obtención del premio "Campeón Ambiental TUI", 17 años seguidos).

Enlace web: <http://www.tigaiga.com/es/>

Loro Parque

Temática: Protección y sensibilización medioambiental

Loro Parque es una empresa española constituida el 30 mayo de 1972 en Tenerife, Islas Canarias. Actualmente se puede decir que es **líder indiscutible en la actividad del ocio**, por la excelencia, calidad y singularidad del producto que ofrece. Se trata de un parque zoológico inmerso en un jardín botánico que presenta al visitante un mundo exótico de naturaleza, color y vida, todo ello combinado con una oferta cultural, científica y didáctica sobre la protección del mundo animal y del medio ambiente.



El sello distintivo de Loro Parque es la **calidad de sus infraestructuras**, así como también la seriedad y el compromiso medioambiental con la que se ha desarrollado cada espacio y detalle del parque. Por eso, muchas de **las instalaciones de Loro Parque se encuentran entre las mejores del mundo, en cuanto a calidad, innovación tecnológica y gestión ambiental**. Pero el compromiso medioambiental ha ido más allá de los límites de las instalaciones, y **se trabaja de forma continua para conseguir formas más limpias de producir la energía que se consume en ellas**.

Por otra parte, Loro Parque en colaboración con el Instituto de Turismo Responsable (ITR) ha desarrollado estándares hasta un nivel de excelencia reconocida mundialmente como la marca de calidad medioambiental **“Animal Embassy”** que consiste en incorporar requisitos complementarios al estándar general Biosphere Park.

Los estándares Biosphere constituyen una certificación internacional y voluntaria, basada en los principios del desarrollo sostenible, con criterios y requisitos concretos que abarcan las tres esferas de la sostenibilidad, es decir, las variables ambiental, cultural y social del desarrollo. Los requisitos de certificación se adaptan a cada tipología de destino, producto o empresa, pero su contenido siempre es el siguiente:

- ✓ Política de turismo responsable.
- ✓ Conservación y mejora del patrimonio cultural.
- ✓ Responsabilidad social y desarrollo económico.
- ✓ Conservación y mejora ambiental.
- ✓ Satisfacción e implicación del cliente.

El certificado **“Animal Embassy”** va un paso más allá y constituye la puesta en práctica de la teoría de desarrollo sostenible, **transformando los parques temáticos y zoológicos en reservas de la biodiversidad**, de tal manera que su labor de cuidado, cría y reproducción permita que la biodiversidad no se encuentre tan amenazada.

Con la creación de esta iniciativa, se pretende llevar a cabo una amplia revisión de los estándares existentes operativos en zoos y acuarios de todo el mundo, de tal manera que la incorporación de este sello de protección de la diversidad, se convierta en una marca de sostenibilidad y calidad ecológica más exigente que cualquier estándar existente en los ámbitos regional y nacional.

Para adquirir el certificado “Animal Embassy” es necesario: establecer una política que incluya las líneas básicas de la estrategia a llevar a cabo sobre la conservación de la biodiversidad; contar con las herramientas suficientes de planificación, capacitación y desarrollo; y demostrar el cumplimiento con la legislación aplicable y buenas prácticas internacionales.

Entre los beneficios y objetivos claves de esta iniciativa cabe señalar:

- ✓ **Establecer una** estrategia para la contribución a la sostenibilidad y conservación de la biodiversidad mediante la declaración de una **Política Animal Embassy**.
- ✓ **Conocer** en todo momento los **requisitos legales y reglamentarios** ambientales aplicables, y los relativos a la defensa y conservación de la biodiversidad, la conservación y bienestar de los animales y la protección de los visitantes, empleados, voluntarios y docentes.
- ✓ Demostrar que se dispone de **una estructura, estabilidad** (incluida financiera), **autoridad y dirección adecuadas**, así como el personal capacitado necesario, que garantiza el mantenimiento de los animales en las condiciones más altas y dignas.
- ✓ **Mantener y operar con los estándares más altos de seguridad y protección** para el personal, visitantes, animales y la biodiversidad del lugar de ubicación.
- ✓ Desarrollar una **gestión excelente de la colección animal**, garantizando la planificación de las actuaciones y el máximo cuidado de los animales en cuanto a su salud, bienestar e higiene.
- ✓ Garantizar una **excelente gestión de la adquisición y disposición de los animales**.
- ✓ Garantizar el **máximo bienestar de los animales en espectáculos y presentaciones**, minimizando los riesgos tanto para los animales como para el público.
- ✓ Garantizar la **seguridad de visitantes y animales en aquellos recintos con acceso para vehículos**.
- ✓ **Participación activa en programas de conservación** de las especies salvajes, hábitats y ecosistemas.
- ✓ Asegurar la realización de **acciones sistemáticas a favor de la educación ambiental, sensibilización y concienciación pública**.

En el año 2008, **Loro Parque fue el primer parque zoológico y temático en obtener la certificación “Biosphere Parks - Animal Embassy”** y desde ese año la ha ido renovando anualmente, lo cual es un indicador clave del grado de compromiso del parque con sus clientes y con la conservación de la biodiversidad.

Cabe señalar que esta iniciativa ha sido **secundada por el parque Sendaviva en Navarra**.

Enlace web: <http://www.loroparque.com/Forms/MedioAmbiente/MedioAmbiente.aspx>

Programa de impulso de la calidad de los servicios turísticos en el Puerto de la Cruz.

El programa de impulso de la calidad de los servicios turísticos del Puerto de la Cruz es un proyecto financiado por el **Consortio Urbanístico para la rehabilitación de Puerto de la Cruz** y gestionado por **Excelencia Turística de Tenerife**, en el que la **aplicación del Sistema de Calidad Turística en Destino (SICTED)**, es uno de los instrumentos utilizados para introducir la estrategia de la calidad dentro de la gestión de las empresas y servicios turísticos en diversos subsectores.



Compromiso
de Calidad Turística

Con este programa se pretende **mejorar los niveles de prestación de los servicios turísticos, de manera que se pueda lograr mejorar la experiencia del visitante de Puerto de la Cruz.**

Este fin se despliega en los siguientes objetivos específicos:

- ✓ Introducir en la gestión de las empresas, herramientas de mejora de la calidad.
- ✓ Armonizar los niveles de desempeño de los diferentes subsectores.
- ✓ Favorecer las actuaciones integrales de largo plazo y reforzar el tejido empresarial.
- ✓ Impulsar la coordinación y el trabajo en equipo entre los agentes implicados con el fin de lograr una conciencia global del destino.
- ✓ Identificar proyectos generales de mejora de la calidad.
- ✓ Analizar los niveles de percepción de la calidad de los usuarios/visitantes.
- ✓ Poner en valor el esfuerzo de las empresas por la mejora de la calidad.

Todos estos objetivos están perfectamente alineados con el fin de **mejorar el valor ofrecido al cliente y el posicionamiento de Puerto de la Cruz como destino turístico.**

Enlace web: <https://calidadendestino.wordpress.com/>

Experiencia del SICTED en Candelaria

Siendo conscientes de las posibilidades que ofrece el municipio de Candelaria, el principal propósito de la concejalía de Turismo, Industria y Comercio del Ayuntamiento es proporcionar información actualizada de cualquier lugar o recurso turístico del municipio, con el fin de dar a conocer sus encantos de una manera sencilla y objetiva (portal oficial y comunitario turismocandelaria.com).



Debido a que Candelaria se ha convertido en los últimos años en un municipio en expansión, **la calidad es uno de los mayores retos dentro del ámbito turístico y comercial.**

Así, Candelaria es uno de los destinos de Canarias que **trabaja y participa activamente en el SICTED**, pretendiéndose con ello aumentar la competitividad de los negocios, incrementar la satisfacción de sus clientes y posicionar Candelaria como destino de calidad.

El SICTED en Candelaria ofrece de forma gratuita los siguientes servicios para las empresas y servicios turísticos:

- ✓ Sesiones formativas.
- ✓ Visitas técnicas de asesoramiento a la empresa que servirán de ayuda en la implantación y en los procesos de mejora de la empresa.
- ✓ Jornadas colectivas y talleres
- ✓ Elaboración de planes de mejora
- ✓ Evaluación externa

Además, el SICTED ofrece las siguientes ventajas:

- ✓ Mejora la gestión interna de la empresa, especialmente la de los procesos relacionados con la satisfacción del cliente. El turista busca la calidad en el servicio.
- ✓ Incrementa la cualificación del equipo, mediante el plan formativo dividido en ciclos.
- ✓ Participar en el mayor proyecto de calidad turística desarrollado en España, junto con más de 150 destinos y más de 7000 empresas.
- ✓ Diferenciación de la competencia al obtener el distintivo “Compromiso de Calidad Turística”.
- ✓ Promoción turística de la empresa. Publicación en medios asociados al sello (web, redes sociales, etc.), en material promocional (revistas turísticas, gastronómicas, guías de calidad, etc.) y en medios de comunicación (Candelaria Radio, etc.).

Enlace web: <http://turismocandelaria.es/web/sicted/>

Espacio Bio, Finca El Patio

Finca El Patio es un complejo rural de 22.205 m² situado en pleno Valle de la Orotava, a los pies del Parque Nacional del Teide, en el término municipal de Los Realejos.

Comprometida con el medio ambiente, ofrece al visitante un nuevo concepto de turismo, enfocado en el **agroturismo rural** y una **oferta gastronómica que promueve el consumo de productos autóctonos**.

La explotación alberga:



El Patio de Tita Casa Rural, una vivienda que data del siglo XIX, y que abrió sus puertas al turismo rural en agosto del 2000 como resultado de la rehabilitación de un edificio de piedra con adobe, antigua vivienda familiar de la finca.



El Patio Restaurante, un espacio englobado dentro del movimiento Slow Food, impulsando el consumo de productos locales, que se abastece en gran medida de productos ecológicos de la propia finca.



El Patio EcoClub, un club creado dentro de una explotación agrícola ecológica de 18.910 m2 dedicados al cultivo de frutas, verduras y hortalizas de temporada, además de huevos, que fomenta un estilo de vida saludable.

Conscientes de la limitación de los recursos naturales disponibles, de la necesidad de generar un servicio fiable con garantía para los clientes y de la importancia de la difusión de los valores locales, se adopta una actitud proactiva respecto a la gestión integral del complejo agroturístico. Así:

✓ **Conservación de lo autóctono y tradicional.** El proceso de restauración se inicia con el objetivo de poner en valor un legado familiar que dé continuidad y respete el trabajo de cuatro generaciones.

✓ **Eficiencia medioambiental.** Conscientes de que la protección del medio ambiente contribuye al desarrollo sostenible, se opta por mantener el **sistema de gestión ambiental basado en el Reglamento CE Nº 1221/2009 EMAS**, de tal manera que, de forma periódica, se revisan los procesos, productos y servicios que se desarrollan en el establecimiento, teniendo presente los recursos disponibles y su efecto socioeconómico, cultural y medioambiental.

Así, entre las medidas adoptadas cabe señalar:

○ Mejoras adoptadas para racionalizar el consumo de agua: Uso de la lavadora a plena carga; aprovechamiento del agua de evacuación de la piscina y el contralavado de los filtros para el riego de parcelas anexas a la casa rural; cambio del sistema de riego del jardín a un sistema por aspersión; riego del jardín en horas de menor insolación, mediante programador de riego; etc.

○ Mejoras adoptadas para racionalizar el consumo de energía: Utilización de un sistema de riego eficiente (micro aspersión); programación y control del riego de forma automática; iluminación mediante bombillas de bajo consumo y utilización de energía solar térmica; etc.

○ Mejoras adoptadas para racionalizar el consumo de otros productos: Utilización de productos de limpieza biodegradables; compra de productos de limpieza a empresas con un sistema de gestión ambiental certificado con la norma ISO 14001:2004.

○ Mejoras adoptadas para reducir la generación de residuos: Para conseguir reducir la cantidad de residuos generados, se han llevado a cabo las siguientes actuaciones: Utilización de envases retornables; implantación de instrucciones técnicas para la correcta segregación y almacenamiento de residuos, orientadas al personal de la empresa; instalación de un punto

limpio; generación de compost mediante los residuos orgánicos procedentes de las habitaciones y de la cocina; elaboración de jabón potásico, para la limpieza de las plataneras ubicadas en la finca anexa a la casa rural, a través de los residuos de aceite vegetal procedente de las habitaciones y de la cocina; utilización en el restaurante de productos locales, a ser posible obtenidos en la propia explotación.

✓ **Compromiso con la comunidad.** Se realizan actividades de comunicación tanto internas como externas, tales como:

- Acciones de sensibilización ambiental con el cliente, con el objeto de invitarle a colaborar con el medio ambiente. Entre ellas destacan: colocación, en los aseos y cocina, de pegatinas que fomentan el ahorro de agua; colocación en las habitaciones de depósitos para la segregación interna de residuos sólidos urbanos, residuos de vidrio, envases ligeros (plásticos, latas, tetrabricks) y resto de residuos; etc.
- Elaboración de un mensaje de carácter ambiental para el pie de firma de las comunicaciones vía e-mail, con el fin de concienciar al receptor del mensaje en imprimir sólo lo que sea estrictamente necesario.
- Las contratas que desarrollan su actividad, tanto en el interior del establecimiento como fuera de este, han sido informadas de:
 - En el establecimiento está implantando el reglamento EMAS y en consecuencia se deberán respetar las normas ambientales según los valores establecidos por este.
 - Gestión correcta de los residuos peligrosos y urbanos, utilizando los contenedores instalados a tal efecto.
 - Etc.

Por último, cabe señalar que:

- ✓ El **alojamiento rural y el restaurante** están **certificados con la Q de Calidad Turística Española** desde el año 2003 y cuentan con la **certificación en EMAS desde el año 2010**.
- ✓ La **finca**, está **registrada en agricultura ecológica** en la modalidad de productor, industria de transformación y comercializador desde el año 2012 y **certificada con el sello EMAS**.

Enlace web: <http://www.fincaelpatio.com/>

Spa & Sport Hotel Mar y Sol

Temática: Accesibilidad

El hotel Mar y Sol fue inaugurado en 1990 como un hotel completamente accesible para personas discapacitadas y sus familias. Todas sus instalaciones y servicios están diseñados bajo el concepto de accesibilidad universal. Se encuentra situado a 400 metros del paseo marítimo y cuenta con 234 estudios y apartamentos totalmente accesibles.



La principal fortaleza del hotel son sus instalaciones completamente accesibles a sillas de ruedas y sus aspectos diferenciales son la gran variedad de servicios y ofertas ideadas para personas con discapacidad:

- ✓ Servicio de urgencias permanente
- ✓ Dos piscinas grandes con grúa, una de ellas climatizada durante todo el año (aprox. 32°C.)
- ✓ Centro de terapias con amplia oferta de terapias tradicionales y alternativas (TeraLava)
- ✓ Polideportivo accesible a sillas de ruedas (530 m²)
- ✓ Servicio de enfermería
- ✓ Alquiler de ayudas técnicas
- ✓ Traslados y excursiones en autobús adaptado
- ✓ Centro de buceo para personas con y sin discapacidad

Su principal objetivo es asegurar que todas las personas, con independencia de su edad o discapacidad, tengan las mismas posibilidades de acceso a cualquier parte del complejo y al uso y disfrute de sus servicios con la mayor autonomía y seguridad posible en su utilización.

Para posibilitar este objetivo, se llevan a cabo las siguientes acciones continuas:

- ✓ Mejora continua de la calidad y accesibilidad de las instalaciones y servicios – siempre en colaboración con el equipo de profesionales del hotel.
- ✓ Cumplir tanto con los requisitos y necesidades de los clientes, como los legales y reglamentarios (requisitos DALCO de accesibilidad universal).
- ✓ Evaluar periódicamente los estándares y garantizar el cumplimiento continuo de los criterios mencionados. Asimismo establecer las medidas necesarias en caso que dicho cumplimiento se vea amenazado.

Entre los **reconocimientos a la labor realizada**, cabe señalar:

- En enero de 2012, fue el primer hotel de las Islas Canarias en recibir el **certificado de accesibilidad universal de AENOR**
- En enero de 2015, fue galardonado con el **Telefónica Ability Award 2014** (sello de calidad que certifica la labor orientada a las personas discapacitadas por parte de las distintas empresas)

Enlace web: http://www.marysol.org/esp/new_01.php

Gf Hoteles. Grupo Fedola

GF Hoteles se trata de una **cadena hotelera** perteneciente al grupo Fedola (Holding empresarial con más de 800 empleados y más de 20 marcas) con **cuatro establecimientos en Tenerife**: Costa Adeje Gran Hotel; hotel Isabel; hotel Fañabé Costa Sur y el hotel Noelia Playa.



En cuanto a la **eficiencia energética**, como valor estratégico de la empresa, la cadena hotelera implantó acciones tales como:

- Colocación de 900 paneles solares.
- Instalación de una caldera de biomasa.
- Acuerdos alcanzados con empresas de eficiencia energética.
- Sustitución de toda la luminaria de las habitaciones por tecnología LED.
- Instalación de la caldera de condensación de aire propanado.
- Etc.

De tal manera que se alcanzaron los siguientes resultados:

- El 80% de las energías que se consumen son renovables.
- La emisión de CO2 o huella de carbono se ha reducido en un 90 %

Por otro lado, en cuanto a **gestión medioambiental** se llevan a cabo acciones como:

- Gestión y control de la gran cantidad de recursos que se consumen: papel, pilas, aceites o productos químicos.
- Reducción del uso de productos químicos para el lavado de ropa aplicando nuevas tecnologías.
- Reducción de generación de residuos
- Motivación y formación en calidad y gestión ambiental, para los empleados de la empresa.
- Fomento de buenas prácticas ambientales en las actividades de la empresa.

Cabe señalar que se cuenta con el reconocimiento de los certificados más rigurosos entre los que destaca:

- El **EMAS** que reconoce el cumplimiento de la normativa 1221/2009
- La certificación **ISO 14001**
- La certificación **ISO 9001**

Por último, conscientes de la necesidad de ciertos **colectivos muy desfavorecidos**, en la cadena GF Hoteles se:

- Realiza aportaciones para organizaciones no gubernamentales locales
- Ofrece una oportunidad en la incorporación al trabajo para jóvenes en dificultades sociales, a través de un acuerdo con la Asociación de Reinserción de Menores Anchieta.

Enlace web: <http://www.gfhoteles.com/es/responsabilidad-social-corporativa.html>

Costa Adeje Gran Hotel. <http://www.gfhoteles.com/es/adeje-gran-hotel.html>

Hotel Fañabé Costa Sur <http://www.fanabecostasur.com/es/index.html>

Hotel Isabel <http://www.isabelfamilyhotel.com/es/index.html>

Hotel Noelia playa. <http://www.noeliaplaya.com/es/index.html>

Mercadillo de Tegueste

El mercado del agricultor y artesano de la Villa de Tegueste nace para ser un centro de venta de productos hortofrutícolas, ganaderos, artesanos, reposteros, agroalimentarios y del mar, frescos o transformados, comercializados por los propios productores, con la finalidad primordial de propiciar la diversificación de la economía del medio rural, con las debidas garantías de calidad y seguridad alimentaria y un adecuado control de precios.



Dentro de sus **objetivos específicos** se encuentran:

- Mantener y conservar el paisaje agrario.
- Fomentar el empleo estable en el medio rural.
- Propiciar la permanencia de la población asentada en el medio rural y las actividades agropecuarias y artesanales.
- Recuperar y mantener las actividades tradicionales y las características socioculturales y etnográficas propias del medio rural.
- Dignificar las actividades agrarias y artesanales a través de la venta directa de los productos.
- Potenciar el desarrollo sostenible en el municipio de Tegueste.

El mercadillo en su **política de RSE** realiza las siguientes actuaciones:

✓ **Obtención de la certificación ISO 9001:2008 de gestión de calidad.** Se trata del único mercado del agricultor de Canarias que ostenta la UNE ISO 9001:2008.

Entre las ventajas que reporta esta certificación se encuentran: Adquirir una imagen de calidad avalada por una entidad independiente; mejorar la eficacia y eficiencia a través de una mejor organización y control; Llegar a nuevos clientes; Implantar una cultura participativa entre todos los miembros del mercadillo; Mejorar la comunicación y la calidad de información; etc.

✓ **Colaboración con el comedor del colegio de educación infantil y primaria Teófilo Pérez de Tegueste** que busca introducir al alumnado, desde edades tempranas, en todos los beneficios de una alimentación sana. El comedor es suministrado con regularidad por productores ecológicos certificados del mercadillo.

✓ **Restauración local:** El mercadillo propicia la lucha contra el abandono de la cultura tradicional y la estandarización de la comida, al vender el producto local, fresco, de temporada, producido y/o elaborado en la isla de Tenerife, a los establecimientos de restauración de la comarca, y fomenta el consumo de proximidad que ayuda a reducir las emisiones de CO2 a la atmósfera.

✓ **Ayuda a la recuperación de cultivos de variedades locales tradicionales.** El mercadillo y el ayuntamiento de Tegueste colaboran con el CCBAT (Centro de la Conservación de la

Biodiversidad Agrícola de Tenerife) del Cabildo Insular de Tenerife, con el objetivo de recuperar y conservar la biodiversidad agrícola de la isla.

✓ **Fomento del turismo vinculado a las actividades tradicionales y a las características socioculturales y etnográficas propias del medio rural.** El mercado del agricultor y artesano de la Villa de Tegueste y el Ayuntamiento de Tegueste colaboran estrechamente en la difusión de los recursos turísticos con los que cuenta el municipio, promocionando así, de una manera sostenible y ordenada la riqueza cultural, arqueológica, paisajística, de productos autóctonos del territorio, etc.

Entre las acciones llevadas a cabo, caben destacar: Celebración del día mundial del turismo (DMT) cuyo propósito fue divulgar y sensibilizar acerca del valor social, cultural, político y económico del turismo; Realización de rutas teatralizadas, enohistóricas, antropológicas, etc.

✓ **Colaboración social.** El mercado ha mantenido desde sus orígenes una vinculación social y colaborativa con la comunidad, que se traduce en el apoyo proporcionado a diferentes proyectos del área de servicios sociales como: la recogida puntual de alimentos; la entrega de productos para el centro de día para mayores; la aportación del 20% de los ingresos obtenidos por la lotería de Navidad; acciones puntuales con ONGs como ACOES, Cáritas, Fundación Alejandro Da Silva contra la leucemia, RETO, etc.

➤ **Proyecto social medioambiental GIVE BOX.** A través de este proyecto, el mercadillo dispondrá de un espacio abierto en donde la gente podrá depositar o recoger productos locales de segunda mano (ropa; libros; herramientas; etc.) sin necesidad de vigilancia y sin intercambio monetario. De este modo, se pretende reutilizar un objeto para darle una segunda vida útil y, por consiguiente, reducir el impacto en el medio ambiente.

✓ **Colaboración medioambiental.** Desde el año 2008, en el mercadillo se encuentra instalado el único mini punto limpio de recogida de residuos selectivos de la comarca. En dicho punto limpio se puede depositar: tintas de impresora, móviles, pequeños electrodomésticos, bombillas de bajo consumo y fluorescentes, material informático (ratones, teclados, monitores, portátiles...), material audiovisual (DVD, video VHS, televisores, cámaras, equipos de sonido...), pilas (de botón, convencionales y baterías de teléfonos móviles), aceite doméstico usado (aceites de fritura, grasas y asados, aceite de alimentos envasados como atún y sardinas; manteca de cerdo, aceites de cocina, grasas estropeadas y caducadas), etc.

Enlace web: www.mercadillodetegueste.es

Eco Hotel Resort San Blas

El **Hotel Sandos San Blas Reserva Ambiental** se trata de un **establecimiento ecoturístico** que se encuentra ubicado en el Sur de Tenerife y se caracteriza por su innovadora combinación de servicios e instalaciones turísticas, propios de un hotel de 5 estrellas, y su estrechísima vinculación al patrimonio natural y cultural del entorno paisajístico donde se ubica.



El hotel Resort San Blas de Tenerife, inspirado en los valores naturales y culturales, las formas, colores y texturas de su entorno, fue **diseñado y construido con el objetivo de quedar integrado en el paisaje y reducir el impacto medioambiental.**

Ofrece una excelente calidad de servicio e inmejorables instalaciones, siempre sobre la base de un estricto respeto al medio ambiente para un turismo sostenible.

Entre sus políticas de **responsabilidad social** destacan:

✓ **Política de equidad de género:** Se fomenta la igualdad de oportunidades y no discriminación, al proporcionar las prácticas para el desarrollo profesional de todos los colaboradores.

✓ **Política de no discriminación:** No se establecen distinciones entre los colaboradores por motivo de raza, género, orientación sexual, credo, condición social-económica, nacionalidad y/o expresiones culturales autóctonas.

✓ **Política de contratación y desarrollo:** Se fomenta la contratación de colaboradores de la zona, así como su promoción a puestos de mando.

✓ **Política corporativa ambiental:** Con el objetivo de reducir y prevenir el impacto ambiental negativo asociado a las actividades que se llevan a cabo en el hotel se informa y educa a colaboradores, huéspedes y proveedores, propiciando en ellos una cultura ecológica sustentable para proteger el entorno.

✓ **Política de sustentabilidad:** Se mejora continuamente los procesos operativos para garantizar la reducción de la huella ecológica. Promueven en los huéspedes, proveedores y colaboradores el aprendizaje de prácticas sustentables que contribuyen a conservar el patrimonio histórico, natural y cultural e impulsan el desarrollo de la comunidad.

Enlace web: <http://es.sandos.com/hotel-san-blas-en-san-miguel-de-abona.htm#home>

IV. Extremadura

Proyecto ECOOESE

El proyecto ECOOESE, tiene como objetivo **fomentar la cooperación, el ahorro y la eficiencia energética** a través de la presentación de servicios energéticos a organizaciones interesadas en reducir sus costes energéticos. Entre los sectores a los que va dirigido el proyecto destaca el sector turístico.

Enlace web: <http://www.ecooese.es/inicio>



Hospederías de Extremadura

Las hospederías de Extremadura, constituyen un referente del sector turístico en Cáceres y Badajoz por su aportación a la **recuperación, conservación y reconversión de edificios singulares y del patrimonio cultural.**

Cabe destacar que constituyen una red de establecimientos singulares por su compromiso con la sostenibilidad y como empresa hostelera comprometida con las personas con discapacidad y

los derechos de la infancia. Esta red autonómica está integrada actualmente por los establecimientos hoteleros de Llerena, Monfragüe, Garrovillas de Alconetar, Alcántara, Hervás, San Martín de Trevejo y Las Hurdes, en los cuales se pretende ofrecer servicios similares (gastronomía de calidad basada en los productos extremeños, salones de usos múltiples para actividades que dinamicen la comarca, instalaciones deportivas, gimnasios y spas, que permitan alargar la estancia de los clientes) y adaptar sus instalaciones a las normativas actuales de accesibilidad y eficiencia energética.

Enlace web: <http://www.hospederiasdeextremadura.es/> 

Proyecto SOSTUR, Turismo Rural Sostenible

El objetivo del proyecto SOSTUR es **impulsar la sostenibilidad de las actividades económicas relacionadas con el sector del turismo rural**, a través de una campaña itinerante de sensibilización y cursos de formación a distancia dirigidos a trabajadores de pymes, autónomos, directivos y alojamientos rurales.

Se busca contribuir a:

- Potenciar los aspectos ambientales del turismo rural.
- La sostenibilidad de las empresas en materia de eficiencia energética, consumo de agua y separación selectiva de residuos.
- Minimizar el impacto medioambiental de las empresas y favorecer la sostenibilidad de la actividad económica.
- La formación y capacitación en temas relacionados con el turismo rural sostenible, el medioambiente y la I+D+i.
- Promover un tejido empresarial altamente competitivo y favorecer la incorporación de prácticas sostenibles a sus actividades económicas.

Enlace web: <http://fundacion-biodiversidad.es/biodiversidad-terrestre/proyectos-convocatoria-ayudas/sostur-turismo-rural-sostenible-en-extremadura> 

Proyecto ROUTE 2.0

El objetivo del proyecto Route 2.0 es dotar al tejido productivo del turismo, de las **habilidades y conocimientos necesarios en el ámbito de comunicación 2.0**, en aras de una mejora en su rendimiento y competitividad.

Enlace web: <http://www.camarabadajoz.es/innovacion-y-proyectos-europeos/oficina-de-proyectos/route-2-0/> 

Proyecto ECOTOUR

El proyecto ECOTOUR tiene como objetivo poner en marcha una acción transnacional, para mejorar la eficiencia energética en el sector del turismo europeo, a través de un programa de formación adaptado a las necesidades reales del sector turístico para proporcionarles los conocimientos y herramientas necesarias que ayuden a reducir y controlar su consumo de

energía, acercando al tejido productivo regional a niveles de **eficacia en materia de eficiencia energética y reducción de la huella de carbono**, mediante un compromiso firme en el ejercicio de su actividad.

Enlace web: <http://www.ecotourproject.com/es/homepage/>



Atutiplan, eventos, turismo y aventura S.L.

Temática: Inclusión social

Se trata de una empresa localizada en Cabeza de Buey (Badajoz), constituida en el 2012 y dedicada desde entonces a la organización y gestión de actividades de: turismo, aventuras deportivas, culturales, educativas y de ocio, aprovechando los recursos de la Serena y su entorno.



Al estar dentro del entramado social y al prestar servicios de ocio de toda índole, Atutiplan pretende llegar de manera clara a cualquier extracto de la sociedad, **favoreciendo la inclusión social y la participación de aquellos colectivos en riesgo de exclusión**. De esta forma se realizan actividades adaptadas, en la medida de lo posible, a las personas con cualquier tipo de discapacidad.

Enlace web: <http://www.atutiplan.es/index.php>

Hotel rural “La posada del Casar”

Temática: Huella de carbono

“La Posada del Casar” es un acogedor hotel rural ubicado en un valle productor de aceite de oliva, jamón y cerezas, en la comarca cacereña de las Hurdes.



El hotel **demuestra una especial preocupación por su impacto en el medioambiente**, al participar en iniciativas orientadas a la reducción de su huella de carbono y al poner en marcha diferentes actuaciones con el objetivo de aumentar la competitividad y diferenciarse de la oferta turística de interior (concretamente en lo que respecta a alojamientos rurales en Extremadura).

Para alcanzar este objetivo, el hotel se ha sumado a campañas y proyectos como los siguientes:

✓ **Proyecto Huella rural CO₂**: El proyecto consiste en el estudio integral de la HC, aplicable a los alojamientos rurales, en el que por métodos deductivos, estadísticos y empíricos, se determine la sistemática, variables, procesos y demás aspectos que deben ser identificados, caracterizados y cuantificados para poder calcular las emisiones de CO₂ del alojamiento rural como indicador de sostenibilidad del mismo.

✓ **Proyecto KM0**: Este proyecto promueve el proveerse de productos de la zona, de tal modo que se fomente el desarrollo de nuestra comunidad, se eviten transportes innecesarios y poco ecológicos, y se promueva la cultura gastronómica de la región.

✓ **Proyecto RETIRA:** Este proyecto pretende llevar a cabo la desconexión de todos los aparatos eléctricos del hotel que no estén en uso, así como promover la sensibilización de los clientes en la misma dirección, con el objetivo de aumentar la reducción del consumo innecesario de electricidad.

Enlace web: <http://www.laposadadelcasar.es/>

Lakecijara

Temática: Voluntariado

Es una empresa de profesionales de la pesca deportiva y actividades acuáticas en la zona del embalse de Cijara, situado en el extremo este de la provincia de Extremadura.

Los servicios ofertados consisten en pesca desde embarcaciones, pesca y rutas en kayak, jornadas informativas, etc.



Cabe señalar que el personal de Lakecijara, entre sus actividades de carácter social, desempeña **labores de voluntariado entre la población de Cijara**, a través de iniciativas como: impartición de forma gratuita de clases de yoga y de meditación entre la población, participación en numerosas causas sociales con la recogida de tapones y latas de aluminio, etc.

Enlace web: www.lakecijara.com

Apartamentos rurales “El rincón del Jerte”

Temática: Conservación ambiental y solidaridad

El Rincón del Jerte es un establecimiento de turismo rural ubicado en el medio del valle del Jerte, bañado por el río del mismo nombre.

Este establecimiento cuenta con un **huerto ecológico**, cuyos productos son el deleite de sus huéspedes, permitiéndoles disfrutar de **productos sanos, naturales, tradicionales y típicos de la zona**, como son las cerezas (de cultivo agroecológico), miel, mermeladas del valle, vinos de la tierra, etc.



Con el objetivo de **compatibilizar la conservación del entorno donde se encuentra ubicado y la actividad del negocio**, este establecimiento participa y ha participado en proyectos como:

✓ **Huella Rural CO2:** El proyecto consiste en el estudio integral de la HC aplicable a los alojamientos rurales para poder calcular las emisiones de CO2 del alojamiento como indicador de sostenibilidad del mismo, lo cual dará lugar a la elaboración de una metodología estándar aplicable a este subsector.

La calidad del aire y de los recursos naturales en entornos protegidos Red Natura 2000, en los que frecuentemente se ubican dichos establecimientos para el turismo, hace especialmente relevante que este tipo de actividad encamine su gestión hacia la mejora de su sostenibilidad y compatibilidad con el medioambiente. Para ello, se identifican impactos directos e indirectos de la HC a escala local sobre los valores del espacio protegido, para finalmente, establecer una propuesta de medidas con el objeto de prevenir, mitigar y/o compensar dichos impactos.

Como objetivo general, este proyecto pretende el aumento de la competitividad y diferenciación de la oferta turística de interior del subsector del alojamiento rural en Extremadura y Castilla-León, por medio de acciones que encaminen la gestión de éstos hacia la mejora de su sostenibilidad ambiental (control y minimización de sus emisiones de CO2).

✓ **Proyecto Objetivo CO2:** A través de esta iniciativa el apartamento rural “El Rincón del Jerte” pretende asumir un rol activo con respecto a la conservación del medio ambiente.

Por otra parte, cabe señalar que “El Rincón del Jerte”, destaca por su **responsabilidad social**, aportando parte del precio de sus productos a proyectos solidarios y medioambientales, desarrollados por diferentes ONG’s como Greenpeace, Fundación Vicente Ferrer, y Propatas (Asociación Protectora de Animales).

Enlace web: <http://www.elrincondeljerte.com>

Balneario El Raposo

Temática: Conservación ambiental e innovación

El balneario “El Raposo”, se encuentra situado al suroeste de la ciudad de Zafra, provincia de Badajoz.

En 1925 se construyó un hotel de 20 habitaciones dobles que sirvió para alojar a la gran cantidad de personas que empezaron a llegar al balneario en busca de alivio a sus dolencias. Desde entonces y hasta hoy, el balneario junto al hotel son establecimientos de referencia en los tratamientos realizados con sus aguas y lodos, en continua innovación en el uso y producción de sus materias primas, como son los lodos y aceites esenciales obtenidos de plantas aromáticas y medicinales.



En lo que respecta a la **innovación** se tiene que el establecimiento participa o ha participado en los siguientes proyectos:

✓ **Proyecto de I+D+i para la mejora tecnológica del proceso de producción y aplicación del peloide termal:** Desde su fundación, el balneario ha utilizado los peloides termales naturales que se forman en el entorno del establecimiento termal. No obstante, en años recientes se ha implicado en proyectos de investigación destinados al estudio en profundidad del peloide o lodo natural y los resultados han permitido optimizar el proceso de elaboración

tanto desde el punto de vista económico como de la mejora de la calidad del producto final, así como del proceso de aplicación en usuarios.

✓ **Proyecto de investigación de nuevos usos de aceites esenciales obtenidos de plantas aromáticas y medicinales (Pambiótica):** En mayo de 2010, el balneario “El Raposo” presentó en colaboración con 3 empresas de la zona (Gragera Industrial, Bodegas Vitilosa y Embutidos Morato), y un centro tecnológico (CTAEX), este proyecto de cooperación tecnológica ante el Centro de Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTi).

El objetivo general del proyecto consiste en la investigación de la utilización de aceites esenciales, obtenidos de plantas aromáticas y medicinales cultivadas en los terrenos del balneario, en la industria alimentaria cárnica, vinícola, y cosmética.

Con este proyecto, el balneario pretende, en concreto:

- Proteger el manantial minero-medicinal del que se abastece, puesto que el cultivo de las plantas se realiza bajo el sistema de agricultura ecológica certificada.
- Ofrecer un paisaje singular y relajante para los clientes.
- Diversificar su actividad al cultivar plantas aromáticas y medicinales en unos terrenos que antes se dedicaban al cultivo del cereal.

Por dicho proyecto, en diciembre del 2011, se tiene que el consorcio de empresas, al cual pertenece “El Raposo”, obtuvo el **premio a la innovación tecnológica agroalimentaria en nuevos productos, en la modalidad empresarios.**

Por otro lado, con respecto a su involucración con el **medio ambiente** se debe señalar que:

✓ En línea con la trayectoria iniciada y en la progresiva mejora continua se llevó a cabo un **estudio de eficiencia energética de las instalaciones** con el objetivo de reducir en la mayor medida posible el consumo de combustibles fósiles cuya combustión produce los llamados gases de efecto invernadero. Como resultado de este estudio, se llevó a cabo la **instalación de paneles fotovoltaicos y una caldera de biomasa** (recurso abundante en la región debido a la importante masa forestal existente).

✓ **Huella de carbono:** A medio-corto plazo se tiene previsto realizar un estudio para la medición de la HC producida por la actividad del establecimiento, con el objetivo de implantar medidas que la minimicen.

✓ **Huerto ecológico:** Cultivo de productos para el propio consumo de los clientes, así como de plantas medicinales y aromáticas utilizadas en los diferentes tratamientos aplicados en el balneario.

En cuanto a las **certificaciones**, cabe señalar que siendo consciente de que la calidad en el servicio y la óptima gestión de los recursos naturales, dan como resultado una valoración muy satisfactoria en sus clientes, en el año 2011, apostó por certificarse con la **ISO 14001** (sistema de gestión ambiental). Además, en ese mismo año, debido a la preocupación en el cuidado de los datos de sus clientes, y en especial, por la sensibilidad de los mismos, decide certificarse en la **ISO 27001** (seguridad de la información).

Enlace web: <http://www.balneario.net/html/index.php>

V. Vale do Minho

Turihab. Turismo de Habitação

Temática: Cultura y patrimonio arquitectónico

La asociación del turismo de habitação (Turihab) es una asociación sin fines lucrativos, de ámbito nacional portugués, fundada en 1983 y titular de las marcas **Solares de Portugal** (turismo de habitación) y **Casas en el Campo** (agro-turismo y casas de campo), congregando cerca de 120 casas asociadas, de norte a sur de Portugal, incluyendo los Azores y Madeira.

Las **casas en el campo** se tratan de refugios encantados mayoritariamente independientes, con todas las condiciones de comodidad y seguridad para disfrutar de lo mejor que tiene Portugal. No obstante, los **solares de Portugal** es un concepto único que se introdujo para promover un alojamiento turístico de calidad en casas de carácter “Turismo de Habitação” y , al mismo tiempo, preservar el rico legado de patrimonio arquitectónico y cultural de Portugal. Se tratan de casas de propiedad privada que representan siglos de historia y cultura portuguesa.

Con el objetivo de salvaguardar la genuinidad del turismo de habitação y del turismo en el espacio rural, la Turihab desarrolló el proyecto "**Calificación de los Solares de Portugal**", a través del cual la Turihab y el Center (Céntrica Nacional del Turismo en el Espacio Rural), están certificadas por la APCER (Asociación Portuguesa de Certificado).

La red de los solares de Portugal fue la primera red de turismo en recibir el certificado "Marca Portugal", de la AICEP (Agencia para la Inversión y Comercio Externo de Portugal). Además elaboró tanto la guía de buenas prácticas de turismo de habitação y de turismo en el espacio rural, como el manual de buenas prácticas de los solares de Portugal (guías que aportan numerosas recomendaciones y procedimientos en cuestiones como la atención al cliente, la recepción, la gestión de habitaciones, consejos de higiene, utilización y optimización de recursos, uso de productos limpios, etc.)

Por otro lado, en el año 1996, la Turihab, conjuntamente con cinco asociaciones congéneres, fundó la **red europea de las tradiciones** que se trata de una red de casas europeas con estilo genuino e interesadas en preservar el patrimonio, dando posibilidad al huésped de usufructuar de las tradiciones y cultura del país.

Enlace web: <http://www.turihab.pt/>



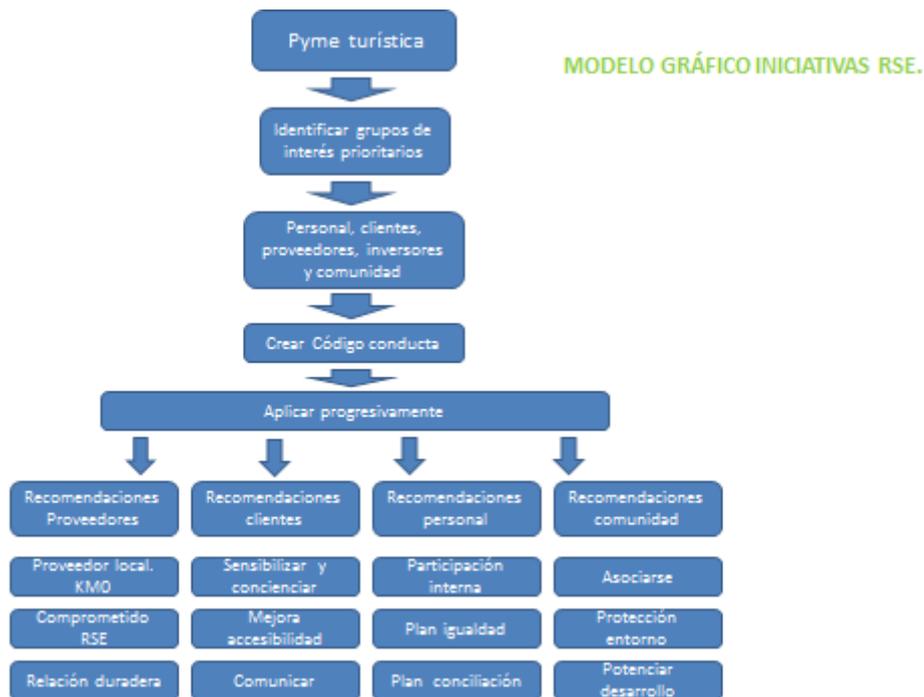


Recomendaciones de RSE para pymes del sector

7. Recomendaciones de RSE para pymes del sector

En este apartado se exponen una serie de recomendaciones prácticas que las pymes del sector turístico deben de tener en cuenta a la hora de implantar la RSE.

Los pasos a seguir se resumen en el siguiente esquema gráfico:



A continuación se realiza una breve descripción de las recomendaciones orientadas a cada uno de los grupos de interés y, más concretamente, a temas relacionados con la protección del medio ambiente:

Recomendaciones dirigidas a los grupos de interés

En general

Crear o adherirse a códigos de conducta. La elaboración de un código de conducta propio, para una pyme, es difícil, puesto que, si por algo se caracteriza a las pymes es por la falta de recursos y, en muchos casos, por la falta de información o formación en ese y otros muchos temas. No obstante, esta cuestión es fácilmente salvable, puesto que en la actualidad existen numerosos códigos de buenas prácticas de carácter general específicos del sector, como por ejemplo el **código ético mundial para el turismo** de la **OMT** (Organización Mundial del Turismo: Organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos).

Incluso si se quisiera ir más allá, existen también códigos de conducta centrados en temáticas concretas, como por ejemplo, **la prevención de la trata de seres humanos con fines de explotación sexual** o el **código de conducta para la protección de los niños en el turismo y en los viajes**.

Comunidad

Promocionar lo autóctono y lo tradicional. Con la promoción y exaltación de lo local y lo tradicional, se pretende trabajar en el compromiso de las raíces culturales de la zona y en el mantenimiento y transmisión de generación en generación. De esta manera, también se potencia su proyección hacia el turista o visitante, creando en ellos una buena imagen del destino, específica, auténtica y particular. Para ello es muy recomendable llevar a cabo labores como:

- ✓ **Fomentar el asociacionismo en el sector**, creando y participando en otras entidades profesionales a fin de desarrollar actividades que les beneficien, como la capacitación, representación y participación en actividades realizadas por autoridades u otras instituciones.
- ✓ **Apoyar la recuperación y valoración** de la música, danza, vestimenta, tradiciones, gastronomía y en general las maneras de hacer las cosas y la forma de vida.
- ✓ **Contribuir en la construcción y fortalecimiento del sentido de identidad y pertenencia**, con el fin de reforzar la solidaridad y la unión de la población de la región.
- ✓ Participar en la **conservación y protección del patrimonio natural y cultural**.

Iniciativas para fomentar el voluntariado. Existen numerosas iniciativas que las pymes pueden llevar a cabo para fomentar el voluntariado entre su plantilla. Entre ellas podemos destacar:

- 1. Microvoluntariado virtual:** realización de pequeñas tareas (microtareas) que pueden realizarse a distancia, sin necesidad de que los empleados voluntarios se desplacen fuera de su lugar de trabajo.
- 2. Outdoor solidario:** actividades en grupo realizadas fuera de las instalaciones de la empresa con una causa solidaria.
- 3. Cesión de capital humano:** cesión de personal cualificado a una ONG durante un período de tiempo determinado.

Este tipo de iniciativas genera oportunidades en la empresa tales como: el desarrollo de competencias de los empleados (creatividad, trabajo en equipo, iniciativa...), el fortalecimiento del vínculo de la empresa con la comunidad, la mejora del clima laboral, la mejora de la imagen de la empresa, etc.

Cabe señalar que en este tipo de iniciativas es de especial importancia el grado de afinidad de la acción del voluntariado con la actividad de la empresa, pues, de este modo, será mayor su credibilidad.

Fomento de la inclusión social. Consiste en **participar con asociaciones, administraciones o alguna ONG que trabaje con personas excluidas socialmente o en riesgo de exclusión social**, con el objetivo de conocer los diferentes programas o proyectos en la materia y tratar de reclutar a personas con necesidades o dificultades específicas, **ofreciéndoles una oportunidad laboral en la empresa.**

Proveedores

Crear alianzas a largo plazo y preferiblemente con proveedores locales. En cualquier empresa y sector, se debe tener en cuenta que la RSE no sólo se desarrolla de puertas adentro, sino que se debe implicar y contar con la involucración y compromiso de los proveedores, potenciando de este modo la sostenibilidad en la cadena de suministro. Para ello, debemos tener en cuenta que el vínculo y relación con el proveedor es clave. La simbiosis proveedor – cliente, se basa fundamentalmente en una buena comunicación y feedback bidireccional, además de centrarse en los siguientes elementos fundamentales:

El proveedor busca:

- Continuidad en la provisión de su producto-servicio.
- Garantía de pago.
- Condiciones que le permitan su supervivencia y futuro a medio-largo plazo,

Mientras la empresa cliente busca:

- Asegurarse el producto –servicio a buen precio
- Obtener un producto de calidad, que sus clientes valoren y si es posible que le diferencien.
- Garantizar plazo en la entrega.

Partiendo de estas premisas, toda relación cliente – proveedor, debe basarse y afianzarse en un acuerdo beneficioso para ambas partes, es decir un acuerdo gana-ganas, y que perdure en el tiempo. Sin duda cualquier negocio, cuyos proveedores roten con frecuencia y no cumplan con los compromisos acordados, tendrá una vida más bien corta que larga.

En relación a las recomendaciones mencionadas, existen iniciativas que unen además de lo recomendado, una **componente de protección ambiental**, mediante la reducción de la generación de gases de efecto invernadero. Una de estas iniciativas es la **“Slowfood”**, que se convirtió en 1989 en una asociación internacional.

Contar con proveedores que demuestren su compromiso en materia de RSE. Exigir a los proveedores que su empresa o sus productos posean algún tipo de certificación, supone en muchos casos, un coste económico, puesto que muchas certificaciones (**productos ecológicos, productos con ecoetiqueta, productos de comercio justo, etc.**) conllevan la definición de un sistema de producción y procedimiento, que suele exigir que esté verificado por una entidad independiente. La realidad es que existen numerosas pymes, que poseen un proceso, un sistema y un producto que cumple los requisitos que podría denominarlos como ecológicos, no obstante no disponen de viabilidad económica para certificarlos.

Cientes

Comunicar las iniciativas de RSE al cliente. En la última década, los diferentes acontecimientos, así como, la coyuntura económica a nivel nacional e internacional y el aumento de la conciencia y sensibilidad de la sociedad en general, ha supuesto que exista una demanda, cada vez mayor, de productos más sostenibles en los distintos ámbitos de la RSE, hasta tal punto que el cliente, incluso, estaría dispuesto a pagar algo más a cambio de adquirir un producto que suponga un menor impacto ambiental.

Toda empresa que adquiera un compromiso y apuesta por la realización de acciones sostenibles debe difundirlo, no sólo por el hecho de que sus clientes estén informados de las bondades de sus iniciativas de RSE, y ello pueda, en ciertos casos, aumentar las posibilidades de fidelidad de los mismos, sino por darse a conocer a la sociedad en general (sus diferentes grupos de interés). Para ello debería dar a conocer sus medidas a través de su página web (si dispone de ella), sus cartas de menús, sus perfiles en las redes sociales, las servilletas de papel del establecimiento, o a través de soportes más tradicionales como dípticos.

Otra posible herramienta para la comunicación de la RSE, es la elaboración de una **memoria de sostenibilidad** como elemento de comunicación que demuestra y constata la implicación y compromiso de la empresa y sus integrantes con la sostenibilidad.

Compromiso con la accesibilidad. Según estadísticas de Eurostat, en Europa hay un total de 37 millones de europeos con alguna discapacidad y en España 3,5 millones. Esto supone un segmento de población muy numeroso, tanto a nivel continental como a nivel nacional. Desde las distintas temáticas que abarca la RSE, debemos considerar a este colectivo con potencial para generar demanda de servicios y productos orientados a la mejora de su estado de salud, como pueden ser servicios de balneoterapia, y turismo de salud. Así, se tiene que existe la necesidad de **adaptar y mejorar las instalaciones a las necesidades** de estos potenciales turistas **y en consecuencia evitar y reducir las barreras arquitectónicas**: escaleras, adaptar las dimensiones de puertas y ascensores, crear rampas de acceso, adaptar piscinas y circuitos, mejorar la accesibilidad de aparcamientos y jardines, etc.

Por otro lado, **los distintos canales de comunicación**, como pueden ser las páginas web de empresa, centrales de compra online, aplicativos móviles etc. **deben de adaptarse y cumplir con todos los requisitos para que personas con distintas discapacidades**, como personas invidentes, sordas, etc. puedan disfrutar de las mismas ventajas y comodidades que cualquier otra persona.

Una vez sensibilizados con este colectivo, es aconsejable contar con el asesoramiento técnico de alguna asociación o confederación de personas discapacitadas, las cuales contarán con el personal especializado para aportar información sobre aquellas cuestiones a adaptar y a mejorar.

Inversores

Financiación responsable. En la actualidad han surgido diferentes iniciativas de financiación que se caracterizan por:

✓ **Financiar empresas y proyectos de sectores sostenibles** de la economía real, que aportan un valor añadido social, cultural y medioambiental, siendo la transparencia uno de los pilares básicos de estas entidades.

✓ **Permitir la posibilidad de destinar un porcentaje del beneficio producido por los intereses que genera el capital** a la causa que el cliente seleccione (Por ejemplo: Greenpeace, Médicos del Mundo, WWF, Cáritas, Unicef, Vicente Ferrer, etc.)

Personal de la empresa

Programas de conciliación laboral. Concretamente la situación de España, con respecto a su pirámide poblacional es claramente deficitaria en los grupos más jóvenes. Esto supone y supondrá en los próximos años, la necesidad perentoria de **articular programas dirigidos a alcanzar un nivel elevado de medidas de conciliación de la vida familiar y laboral**. En los próximos años viviremos, aún en mayor medida, un progresivo envejecimiento de la población, debido a la baja tasa de natalidad que no permite el relevo generacional, por lo que el número de personas trabajadoras, con personas mayores a su cargo o la necesidad de una mayor atención al cuidado de la infancia, exigirá a las empresas un alto grado de flexibilidad, asumiendo medidas como: un menor número de horas presenciales en el puesto de trabajo, compaginado con el teletrabajo, flexibilidad en los horarios de entrada y salida, etc. Todo ello, además de compatibilizar de un modo más óptimo lo laboral y lo familiar, supone consecuencias positivas, que sin duda, redundan en una mayor implicación de la plantilla, un mayor compromiso y una mayor motivación en el puesto de trabajo.

Implantación de planes de igualdad de oportunidades. Cuando se habla de planes de igualdad, nos referimos al conjunto de medidas y estrategias desarrolladas con el fin de alcanzar la **igualdad efectiva del hombre y la mujer dentro del ámbito laboral de una empresa**. Es sabido, y así está reflejado en estudios realizados en distintos países europeos, que las mujeres, por la simple condición de serlo, obtienen un rendimiento salarial inferior al de sus compañeros, hombres. Uno de los objetivos de los planes de igualdad, es acabar con realidades como la mencionada, así como definir criterios que iguallen la condición del hombre y la mujer como: la prevención del acoso sexual, la ordenación del tiempo laboral para favorecer la igualdad efectiva entre hombres y mujeres, la conciliación del trabajo con la vida personal y familiar, etc. Existen innumerables guías que describen y orientan a las pymes para la elaboración de un plan de estas características.

Definir un plan de participación interna. Una empresa está integrada por personas que ocupan diferentes puestos organizados según una jerarquía. En toda empresa, no tiene sentido el capital sin las personas de la plantilla o las personas de la plantilla sin el capital, pues

sin unos o sin los otros, la actividad empresarial es prácticamente inviable. Teniendo en cuenta esta idea, y con el objetivo de contar con una plantilla comprometida y motivada, es primordial la **definición de unos canales de participación claros y conocidos por todas las partes, basado en la comunicación veraz y la transparencia**. Para ejercitar una gestión sostenible, debemos contar con la opinión del personal en lo referente a: condiciones de trabajo, situación salarial, horarios, planificación a futuro, jornada de trabajo, cómo y de qué manera se puede optimizar los recursos etc. Debemos de tener muy en cuenta que quién realmente es poseedor del *know how* (saber hacer) de la empresa es la plantilla, es decir, son las personas que integran la empresa, las que conocen los detalles y vías de posibles mejoras en las compras, en los procesos y en la prestación del servicio al cliente.

Recomendaciones dirigidas a la protección del medio ambiente

Gestión y reducción de residuos alimentarios. La generación de residuos alimentarios es una realidad del sector turismo. En los últimos años se han realizado diferentes estudios en diferentes países del mundo, así como en España, que arrojan unos datos escandalosos del **volumen de comida que se desperdicia diariamente en los establecimientos hosteleros**.

Según el último estudio realizado por la Federación Española de Hostelería y Restauración (FEHR) y Unilever Foods Solutions, los restaurantes españoles desperdician más de 63.000 toneladas de comida al año, lo que supone unas pérdidas de más de 255 millones de euros para el sector. Los datos del estudio, demuestran que si un cocinero gestionara su cocina de manera más eficiente podría evitar el 50% de estos desperdicios. El 60% de los desperdicios se generan por una mala previsión a la hora de hacer la compra, mientras que el 30% se producen durante la preparación (caducidad, cortes en la cadena de frío, etc...) y el 10% restante es lo que deja el comensal en el plato. Para tratar de atajar el problema de la generación de desperdicios es necesario analizar el origen del mismo, para lo que se recomienda la consulta de guías centradas en este tema como la guía "Abra los ojos ante los desperdicios: Trabaje de manera inteligente".

Además de la información aportada, desde las empresas del sector se debe: animar a los clientes a llevarse a casa la comida que no han podido terminar, donar los alimentos que todavía son aptos para el consumo a entidades locales o bancos de alimentos, hacer compost con la comida que sobra en los platos o la que se ha estropeado, en vez de tirarla, etc. Entre los muchos beneficios de estas medidas, cabe destacar la reducción de gastos y la mejora de la huella ambiental.

Optimizar la generación y gestión general de residuos. Los residuos generados en un establecimiento turístico, se consideran asimilables a residuos urbanos: papel, plásticos, cartón, metal (cazuelas, sartenes, latas, etc.), vidrio, enseres (muebles, colchones, etc.), material eléctrico y electrónico (RAEEs), productos de limpieza, aceites usados (residuo peligroso), etc.

Las medidas más habituales para **reducir la generación de residuos** son: usar envases retornables, productos frescos y de temporada, usar tejidos naturales (en lugar de papel en servilletas, manteles), comprar productos a granel, utilizar productos de limpieza respetuosos con el entorno, sustituir embalajes o papel de aluminio por recipientes reutilizables o hacer uso de embalajes basados en el ecodiseño y realizar la correcta gestión y tratamiento de los mismos.

Con este objetivo es fundamental la **correcta separación y clasificación de los distintos residuos** en sus correspondientes contenedores y en el caso de residuos con especial riesgo por sus componentes y alto impacto en el medioambiente (como los residuos procedentes de reformas) la norma exige su entrega a empresas especializadas en su tratamiento. Hoy en día existen iniciativas públicas y privadas, dirigidas a la recogida de residuos como es el caso de los aceites de cocina, los RAEEs, tóneres, etc. Así, es necesario indicar que residuos, como los RAEEs, poseen componentes altamente contaminantes y su mala gestión puede producir graves menoscabos a la salud de las personas y al medio ambiente.

Consumo de recursos naturales y energéticos. Debemos ser conscientes de que los recursos naturales son limitados y que el consumo de recursos energéticos supone un impacto no deseado pero inevitable en el medio ambiente.

Con el objetivo de **reducir el consumo de los recursos energéticos** es necesario identificar los malos hábitos y malas prácticas adquiridas, para a continuación elaborar un programa formativo e instrucciones orientadas a la adquisición de nuevos hábitos que permitan la optimización del consumo de recursos mediante medidas que revertirán en la economía de la propia empresa y en un uso más eficiente.

Consumo de agua. En lo que respecta al consumo del agua las recomendaciones e iniciativas más implantadas van orientadas a **hábitos de higiene personal**: ducharse en lugar de bañarse, instalar grifos con dosificadores o con temporizador, descalcificar las aguas para evitar que se averíen los equipos, instalaciones y aparatos que utilizan agua como: lavadoras, secadoras, lavavajillas, tuberías, etc. y a **hábitos de restauración**: utilizar barreños o pilas para lavar los alimentos, reutilizar el agua que no sea potable para actividades como el riego, utilizar los equipos a plena carga y en programas de lavado económico o más eficiente, etc.

Consumo de energía eléctrica. A la hora de adquirir equipos, como lavadoras, secadoras, cámaras frigoríficas, etc. es muy recomendable tener en cuenta su **clasificación energética** (A+++, A++, A+, B, C D, etc.), pues, esta medida, puede suponer hasta un 15% de ahorro en el consumo de energía eléctrica. Entre las medidas a destacar tenemos:

- ✓ Apagar y desconectar de la red eléctrica los equipos-aparatos que no vayan a ser utilizados.
- ✓ Instalar bombillas y tubos fluorescentes led o de bajo consumo,
- ✓ Instalar fotocélulas de detección de movimiento en las zonas de paso.

Una cuestión fundamental en el objetivo de optimizar los consumos, es **monitorizar y hacer seguimiento** de los mismos, analizando el efecto de las medidas tomadas e implantadas para reducir el consumo.

En todos los casos, es condición indispensable contar con la **colaboración de los visitantes o clientes**, a través de la sensibilización de los mismos para obtener su compromiso en relación a la sostenibilidad en su periodo de estancia.

Realizar un mantenimiento correcto de los equipos – aparatos. Los equipos y aparatos de uso en las empresas son muy variados y dependen, lógicamente, de los servicios que la misma preste. Desde una depuradora de piscina, pasando por una cámara frigorífica, hasta una máquina cortacésped, vehículo de transporte, etc. El realizar un **buen mantenimiento de los equipos** permite obtener unos mejores rendimientos de los mismos y evita el sobrecoste de piezas o averías evitables. Como recomendaciones básicas cabe señalar que debe mantenerse bien ventilada y limpia las rejillas traseras (cámaras frigoríficas, hornos, etc.) lo que permitirá una buena ventilación del aparato y un ahorro, de hasta un 15% de energía, se debe evitar abrir frecuentemente, pues se pierde capacidad de calor (hornos) y de frío (cámaras frigoríficas), provocando un aumento del consumo de energía y un posible riesgo de rotura de la cadena de frío en los alimentos, etc. Como recomendación general, es necesario, realizar actividades de limpieza periódicas, las revisiones recomendadas por el fabricante y las recomendaciones facilitadas por el proveedor que suministra el equipo.

Potenciar el uso de energías renovables. En un establecimiento o empresa del sector es recomendable plantearse la sustitución de sus instalaciones para la mejora de la eficiencia de sus consumos, tanto por su repercusión económica, como por su repercusión en el ambiente, optando por cualquiera de las energías renovables que hoy en día ofrecen las distintas empresas instaladoras especialistas.

Las energías renovables son aquellas que se obtienen de fuentes naturales inagotables a escala humana, bien porque el recurso dispone de una cantidad de energía inmensa, bien porque el recurso tiene la capacidad de regenerarse de manera natural. Estas constituyen **fuentes de abastecimiento energético autóctonas y respetuosas con el medio ambiente.**

Hoy en día la oferta de energías renovables es muy variada: energía solar (térmica, fotovoltaica y termoeléctrica), geotérmica (Baja entalpía, Alta entalpía), biomasa, eólica, biocarburantes, marina, hidráulica.

A la hora de decidir qué tipo de energía renovable podemos aplicar, debemos tener en cuenta las potencialidades de la zona, según estemos hablando de un tipo de energía u otro y tratar de seleccionar la más apropiada al lugar donde está instalada la empresa o establecimiento: si es urbano, rural, en la costa, o en el interior, si existen proveedores de la misma, etc.

Es también de especial importancia, destacar que **existen políticas de fomento y promoción para la instalación de energías renovables a través de organismos nacionales y autonómicos con competencia en este tema**, como por ejemplo el IDAE (España), INEGA (Galicia), etc.

Criterios de construcción verde. A la hora de realizar cualquier construcción o reforma integral en un edificio, vivienda, o cualquier otra infraestructura turística es prioritario aplicar criterios en su construcción o reforma que permitan **potenciar la adaptación de la misma a la región o zona donde se ubica**. Entre las numerosas actuaciones a llevar a cabo cabe destacar:

- ✓ **Elegir la mejor ubicación del establecimiento para un mayor aprovechamiento de la luz solar**, lo cual permitirá obtener mayor luz natural interior durante más horas al día y optar a realizar una instalación de energía solar.
- ✓ **Utilizar materiales propios autóctonos de la zona**, lo cual supone generar economía en la comunidad, evitar el transporte de materiales de lugares lejanos (reduciendo enormemente la emisión de CO2) y apostar por una arquitectura y construcción autóctona.
- ✓ **Utilizar materiales reutilizados**, como madera, piedras, material de aislamiento, etc. obtenido de derribos de viviendas antiguas.
- ✓ Utilizar **materiales** que con el paso de los años **apenas requieran de mantenimiento y tengan una amplia vida útil**.

Criterios verdes en actividades a desarrollar. Es aconsejable que las actividades ofrecidas, aún no siendo prestadas directamente, sino por terceras empresas, guarden coherencia con los criterios verdes. Es decir, es aconsejable que las **actividades a desarrollar por la empresa fomenten un uso responsable de los recursos y que no sean agresivas con el medioambiente**: utilización de transporte público, vehículos comunitarios, vehículos eléctricos o híbridos en los desplazamientos; gastronomía local y tradicional; participación en actividades de sensibilización ambiental; realización de actividades de voluntariado; colaboración en los trabajos de cuidado del huerto ecológico, rutas a pie por sendas naturales, etc.

Protección del medio ambiente y la biodiversidad. Las contribuciones a la conservación del medio natural pueden mejorar la imagen ante los huéspedes y otras personas preocupadas por la pérdida de biodiversidad mundial y local y los daños al medio ambiente.

Entre las iniciativas a desarrollar cabe señalar:

- ✓ **Promocionar** las formas responsables de disfrutar de los recursos ambientales en un destino y las actuaciones a desarrollar para apoyar la conservación de la biodiversidad.
- ✓ **Animar a los empleados a trabajar como voluntarios** en proyectos de utilidad, como por ejemplo colaborar en la limpieza de las playas, en los trabajos de cuidado del huerto ecológico, etc.

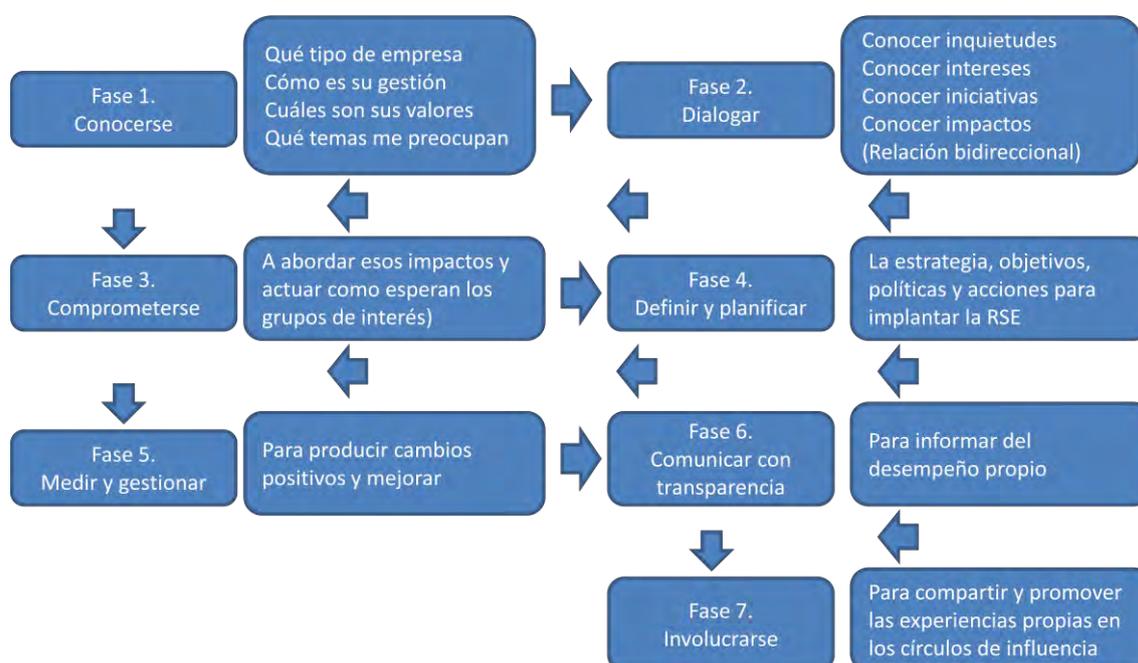


Herramientas y recursos de RSE para la gestión de una pyme

8. Herramientas y recursos de RSE para la gestión de una pyme.

A la hora de hablar de herramientas y metodologías de RSE es bueno tener claro en qué punto se encuentra cada organización – empresa. Para ello es necesario y fundamental llevar a cabo los siguientes pasos:

ESQUEMA PLAN DE ACCIÓN PARA IMPLANTAR RSE



A continuación se describen **herramientas destacadas de RSE** promovidas tanto por las administraciones públicas como organizaciones privadas, que permitirán a las pymes realizar diagnósticos, memorias, etc.

Xunta PRO-RSE

Se trata de una herramienta software, desarrollada por la Consejería de Trabajo y Bienestar de la Xunta de Galicia y puesta a disposición de las empresas gallegas de modo gratuito.

Esta herramienta **permite a las empresas la integración de las variables de la responsabilidad social empresarial (RSE) en la gestión de su negocio**, de una forma sencilla y gráfica. Las empresas podrán visualizar los indicadores de sus propias actuaciones, en materia socio-laboral, ambiental y económica, siguiendo diversos estándares, nacionales e internacionales, que promueven la RSE.

Así, XUNTA PRO-RSE permite a las empresas conocer, en todo momento, el estado de sus actuaciones y el nivel de cumplimiento de las mismas, de acuerdo a sus objetivos en materia de responsabilidad social empresarial. Se caracteriza por:

✓ **Facilitar a la empresa el acceso a una herramienta de gestión de la responsabilidad social empresarial**, que le permita estructurar, poner en valor y controlar sus actuaciones. La empresa podrá incluir datos cualitativos y cuantitativos en la herramienta en cualquier momento.

✓ **Facilitar la elaboración de la memoria de responsabilidad social empresarial o memoria de sostenibilidad**, de acuerdo a los estándares de la Xunta de Galicia (con indicadores propios y personalizados), GRI G4 y Pacto Mundial. La memoria de responsabilidad social empresarial incorpora automáticamente los indicadores que la empresa cubra, en esta herramienta, a lo largo del ejercicio.

✓ **Identificar las fortalezas y debilidades de las empresas dentro de la responsabilidad social empresarial**, detectando las posibles áreas de mejora que ayudarán a las empresas a definir sus planes de actuación o mejora en materia de responsabilidad social empresarial.

✓ **Facilitar la generación de informes de indicadores personalizados a las necesidades de la empresa**. El objetivo de estos informes es ayudar a mejorar la gestión de los indicadores a través de su comparabilidad.

Enlace web:

http://rse.xunta.es/index.php?option=com_content&view=article&id=680&Itemid=37

Esta herramienta es un recurso perfecto para afrontar la fase 1 y 6, del esquema anterior, puesto que permite elaborar diagnósticos y permite elaborar una memoria de sostenibilidad.

Herramienta para la medición del impacto económico de la RSE.

Se trata de una herramienta gratuita, desarrollada por las administraciones gallega, navarra, tinerfeña, extremeña y del Valle del Miño, en el marco del proyecto “Red Transregional de Impulso de la RSE”, y puesta a disposición de las empresas en general y especialmente de las pymes.

Esta herramienta permite a las empresas la **integración de las indicadores/variables de carácter económico en la gestión de su negocio**, de tal forma que pueden contar con una medición de carácter cualitativo y cuantitativo del impacto económico que las iniciativas o medidas implantadas en materia de responsabilidad social empresarial (RSE) tienen en su empresa.

La herramienta tiene como **objetivos fundamentales**:

- ✓ Permitir y contribuir a visualizar la vertiente económica de la RSE.
- ✓ Orientar a las empresas en el desarrollo de acciones de RSE bajo la óptica económica
- ✓ Sensibilizar a las empresas en las temáticas de RSE
- ✓ Identificar las fortalezas y debilidades de las empresas dentro de la responsabilidad social empresarial, detectando las posibles áreas de mejora que ayudarán a las empresas a definir sus planes de actuación o mejora en dicha materia.

✓ Facilitar a la empresa el acceso a una herramienta de gestión de la responsabilidad social empresarial, que le permita estructurar, poner en valor y controlar sus actuaciones.

Así, esta herramienta **permite obtener información cualitativa y cuantitativa con respecto a:**

- ✓ Impacto económico de la RSE en el conjunto de la empresa y margen o potencial de mejora
- ✓ Impacto en cada indicador/variable económica y su correspondiente margen o potencial de mejora
- ✓ Situación de las áreas o temáticas de la empresa en materia de RSE y su correspondiente margen o potencial de mejora
- ✓ Selección de las acciones que más impacto económico pueden tener en la empresa.

Enlace web: <http://herramienta.elearning-rse.es/>

Esta herramienta es un elemento adaptado a la ejecución de las fases 1 y 2, del esquema anterior, puesto que permite identificar el grado de desarrollo de las actuaciones de RSE puestas en marcha por la organización y su impacto económico en la misma, permitiendo aportar posibilidades de mejora en las distintas áreas de la organización.

Sistema de gestión InnovaRSE

El sistema de gestión InnovaRSE se compone de una serie de **herramientas de referencia para iniciar la incorporación sistemática de la RSE en la pequeña y mediana empresa**, dentro de un proceso de mejora continua que apoye cada particular estrategia de gestión y ayude en lo posible a mejorar la competitividad y el posicionamiento de la empresa en su entorno social y económico.

El sistema de gestión InnovaRSE **entiende la responsabilidad social empresarial como un proceso de reflexión y mejora continua**, profundamente adaptable a cada situación específica, que ayude a las empresas a incorporar aspectos de RSE en su estrategia a medio y largo plazo y en su operativa diaria a corto plazo.

Este sistema basa la estrategia de intervención en **dos ejes fundamentales:**

- ✓ **Elaboración de un diagnóstico de la situación de la empresa en materia de RSE**
- ✓ **Redacción e implementación de un plan de acción** que permita avanzar con firmeza en el camino de la responsabilidad social.

A ellos se suma un tercer elemento esencial, **la transparencia**, que se materializa en las correspondientes memorias de sostenibilidad que las empresas, acogidas al sistema InnovaRSE, deben difundir periódicamente para comunicar sus avances en materia de responsabilidad social.

Como el sistema pretende incorporar sistemáticamente la sostenibilidad dentro de un proceso de mejora continua, éste permite realizar sucesivos ciclos de mejora (diagnóstico/planificación/acción/comunicación) de forma que se actualice la información disponible en el diagnóstico y generar periódicamente nuevos retos de mejora.

Enlace web:

http://www.navarra.es/home_es/Gobierno+de+Navarra/Organigrama/Los+departamentos/Economia+y+Hacienda/Organigrama/El+departamento/Trabajo/RSC/Documentacion+y+normativa/RSC.htm

Esta herramienta constituye un interesante recurso de apoyo en la implantación de la RSE en las pymes, pues permite recorrer las distintas fases desde el diagnóstico hasta la medición y la comunicación, cerrando el ciclo del proceso. Cubre las Fases de la 1 a la 7

Metodología Xertatuadi

Es una metodología que **ayuda a la empresa a gestionar su responsabilidad social**. Se presenta con la finalidad de orientar y **proporcionar un itinerario y una batería de herramientas a las pymes** para que puedan avanzar, paso a paso y de manera sencilla, en todos o algunos de los procesos de gestión de las áreas y actuaciones con impacto económico, social y medioambiental que componen la RSE.

Enlace web: http://www.xertatu.net/ca_plantilla.asp?idMenu=21

Esta herramienta constituye un interesante recurso de apoyo en la implantación de la RSE en las pymes, pues permite recorrer las distintas fases desde el diagnóstico hasta la medición y la comunicación, cerrando el ciclo del proceso. Cubre las Fases de la 1 a la 7

Dircom 2R.

Se trata de una herramienta útil para **evaluar el estado de la responsabilidad corporativa de las pymes** según una serie de indicadores.

Para testar y ponderar las variables de RSC y sus indicadores se realizó una investigación con expertos en responsabilidad corporativa –entre ellos profesores de universidades y escuelas de negocios, directores de RSC, líderes de opinión y consultores-

Enlace web: <http://2r.dircom.org/realizar-diagnostico>

Esta herramienta permite obtener un diagnóstico sobre el estado y nivel de implantación de medidas de RSE por parte de una organización. Lo que daría respuesta a la fase 1 del gráfico anterior.

Autodiagnóstico RSE. Fundación ONCE.

El cuestionario de autodiagnóstico, es una **herramienta de autoaplicación** que permitirá reflexionar sobre la actuación de la empresa en lo que se refiere a **la incorporación de la dimensión de la discapacidad en su estrategia de responsabilidad social**.

Enlace web: <http://rsed.fundaciononce.es/index.html>

Esta herramienta permite obtener un diagnóstico específico, lo que correspondería a la fase 1 del gráfico anterior, centrado únicamente en el criterio de adaptabilidad de la empresa a la dimensión de la discapacidad.

Herramienta para evaluar el consumo energético: El e-Toolkit de HES.

Esta herramienta permite que pequeñas y medianas empresas del sector turístico puedan **evaluar su consumo energético actual y su huella de carbono comparándolos con los de empresas similares**. También proporciona apoyo para clasificar las opciones de inversión en eficiencia energética y energías renovables prácticas y rentables.

Enlace web: http://www.hes-unwto.org/hes_root_asp/index.asp?LangID=3

Herramientas para calcular la HC: Calculadora de la HC

La calculadora de la HC es un instrumento que permite, a cada persona o pequeña empresa, conocer cuáles son sus emisiones mensuales de CO₂ y descubrir cómo neutralizar esa huella de carbono, es decir, cómo compensar éstas emisiones producidas por la actividad cotidiana. En definitiva, es una **herramienta que facilita la reducción voluntaria de emisiones de CO₂**, ayudando a proteger el medio ambiente día a día.

Enlace web: <http://calculator.carbonfootprint.com/calculator.aspx?lang=es>

Guías de RSE específicas del sector turístico. Impacto ambiental

- Bestpractices guide SuccessfulEnergyEfficiency Technologies.Integration in SME Hotels. Organización Mundial de Turismo.OMT
Enlace web: <http://hes.unwto.org/sites/all/files/docpdf/bestpracticesguidesuccessfuleetintegrationinsmehotelsaugustfinalversion2.pdf>
- BestPractices Guide – SuccessfulRenewableEnergy Technologies. Integration in SME Hotels. Organización Mundial de Turismo. OMT
Enlace web: <http://hes.unwto.org/sites/all/files/docpdf/bestpracticesguide-successfulrenewableenergytechnologiesintegrationinsmehotels2282011.pdf>
- Tips and Ideas to improveEnergyEfficiencythatyou can applyduring a Hotel Stay. Organización Mundial de Turismo. OMT
Enlace web: <http://hes.unwto.org/sites/all/files/docpdf/brochure.pdf>
- El Camino Verde. Estándares Mínimos de un hotel sostenible. International TourismPartnership.
Enlace web: <http://www.tourismpartnership.org/media-centre/downloads/40-going-green-spanish>
- RSE. Ideas Claves y buenas prácticas en hoteles. Gobierno de Islas Baleares, Consejería de Turismo.
Enlace web: <http://www.bibliotecavirtual.info/2011/05/rse-ideas-claves-y-buenas-practicas-en-hoteles/>
- Proyecto Hoteles en Verde. Ecoeficiencia y gestión ambiental en el sector hotelero. Unión Hotelera del Principado de Asturias.
Enlace web: <http://www.slideshare.net/jorgevallina/el-proyecto-hoteles-en-verde>



9.

Certificaciones en materia de RSE

9. Certificaciones en materia de RSE

Certificaciones específicas del sector turismo.

BIOSPHERE Biosphere Responsible Tourism. Instituto de Turismo Responsable (ITR). El Instituto de Turismo Responsable creó y desarrolló el sistema de turismo responsable (STR), que es reconocido bajo la marca BIOSPHERE RESPONSIBLE TOURISM. Esta certificación surgió como respuesta a **establecer los criterios para obtener un comportamiento sostenible en el negocio turístico internacional**. Por lo tanto, el STR promueve que las actividades turísticas sean productos sostenibles.

Enlace web: <http://biospheretourism.com/>

Green Globe Certification. La certificación Green Globe es una evaluación estructurada del desempeño de la sostenibilidad de las empresas de viajes y turismo así como de los socios de su cadena de suministro. Incluye 44 criterios básicos obligatorios apoyados por más de 380 indicadores de cumplimiento. Los indicadores aplicables varían según el tipo de certificación, zona geográfica, así como de los factores locales. Todo el Green Globe se revisa y actualiza dos veces por año.

Enlace web: <http://greenglobe.com/>

Q de Calidad. La marca Q, es **el elemento más visible de todo el sistema**, cuya denominación genérica es “Calidad Turística Española”, y es común a cualquier actividad relacionada con los servicios o productos turísticos. El ICTE (Instituto para la Calidad Turística de España), administra y gestiona en exclusiva dicha marca, emitiendo, en su caso, la correspondiente actualización para su uso y vigilando la adecuada utilización.

La marca de calidad Q, cumple con una serie de características aportando **prestigio, diferenciación, fiabilidad y rigor a los establecimientos turísticos certificados**.

Enlace web: <http://www.icte.es/ESP/m/1/Inicio/Inicio>

Five Leaf System. Se trata de un sistema de **evaluación de la compatibilidad medioambiental de los hoteles**, independiente de la categoría que les haya sido concedida por el sistema de las cinco estrellas.

Este sistema permite a los clientes juzgar la calidad medioambiental del hotel en que se hospedan o en que desean hospedarse, y a los hosteleros exponer sus políticas ecológicas ante los clientes.

Simultáneamente, este sistema constituye un incentivo para la gestión del hotel (directo, a través de la satisfacción de los clientes, o indirecto, a través de la percepción de la opinión pública) de cara a la mejora de su rendimiento ecológico. Los turistas y viajeros de negocios pueden comentar sus experiencias y evaluar el hotel a través de la web.

Enlace web: <http://www.fiveleafsystem.com/SiteES/Pages/Default.aspx>

Ecoetiqueta (Ecolabel). La etiqueta ecológica de la UE, ayuda a **identificar los productos y servicios que tienen un impacto ambiental reducido durante todo su ciclo de vida** (desde la extracción de materias primas hasta la producción, uso y eliminación). Entre los productos o servicios certificables, se encuentran los alojamientos turísticos.

Enlace web: <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>

Bandera Azul (Blue Flag). Se trata de un **galardón anual** y de un **sistema de certificación de la calidad ambiental internacional**, desarrollado por la Foundation for Environmental Education (FEE) desde 1987. Promueve y premia la participación en iniciativas ambientales voluntarias de las autoridades municipales, la población local, visitante y los agentes del sector del turismo.

Enlace web: <http://www.blueflag.org/>

Bandera oficial de Playa con Calidad Oro. Anualmente la asociación Quercus (Associação Nacional de Conservação da Natureza) realiza un análisis de la calidad del agua de las playas de Portugal, con el objetivo de **reconocer aquellas playas que cuentan con una calidad del agua excelente y otorgarles la bandera oficial de playa con calidad oro.**

Enlace web: <http://www.quercus.pt/>

Premio de playas accesibles. Este proyecto se inició en el año 2005, en una asociación entre Turismo de Portugal, el Instituto Nacional de Rehabilitación y la Agencia Portuguesa de Medio Ambiente. El objetivo principal es proporcionar a las zonas de baño de un conjunto de condiciones propicias para el uso universal, sin poner en peligro la edad, las dificultades o la movilidad caminando. Estas condiciones determinan la asignación de una playa con el **certificado de 'accesible'**, lo que obedece a la existencia de: fácil acceso peatonal; plazas de aparcamiento para coches organizadas al servicio de las personas con discapacidad; acceso a la zona de baño por nivel, rampa o medios mecánicos; pasos de peatones en la playa, aseos y puesto de socorro accesible.

Enlace web: <http://www.playasdeportugal.com/costas-de-portugal/premios-praia-acessivel-2009>

Llave Verde (Green Key). Es un programa internacional de certificación de la Foundation for Environmental Education (FEE) que **certifica los procesos de mejora en la gestión ambiental de establecimientos, restaurantes, campings y hostales** en todo el mundo.

Enlace web: <http://www.green-key.org/>

Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS) La CETS es una **acreditación de ámbito europeo** que otorga la Federación Europarc (organización paneuropea creada en 1973 que reúne instituciones de 39 países dedicadas a la gestión de áreas protegidas y a la defensa de la naturaleza) a **los espacios naturales protegidos que demuestran su compromiso práctico con el turismo sostenible**, elaborando y ejecutando una estrategia turística y un plan de acción adaptados a las particularidades del territorio, con el objetivo de mejorar la viabilidad

ambiental, social y económica del turismo. Se basa en un compromiso y acuerdo voluntarios entre los actores implicados en el desarrollo turístico del espacio natural protegido.

Los objetivos básicos de la Carta Europea de Turismo Sostenible son:

- Acrecentar el conocimiento de los espacios protegidos de Europa como parte fundamental de nuestro patrimonio y aumentar el apoyo a su necesaria conservación para que puedan ser disfrutados por las generaciones presentes y futuras.
- Mejorar el desarrollo sostenible y la gestión turística de los espacios protegidos, habida cuenta las necesidades del contorno, de la población local, de las empresas locales y de los visitantes.

Enlace web: <http://www.redeuroparc.org/cartaeuropeaturismosostenible.jsp>

Rainforest Alliance. Es un programa de certificación basado en la sostenibilidad, con tres pilares fundamentales la **protección del medio ambiente, la equidad y la viabilidad económica de la empresa**. Este programa se basa en las normas de Red de Agricultura Sostenible (RAS), que es una alianza de fundaciones y ONG que se encarga de crear los criterios sociales, económicos y ambientales. Para que una finca pueda ser certificada tienen que cumplir las normas exigidas por el programa y así poder utilizar el sello Rainforest Alliance Certified.

Enlace web: <http://www.rainforest-alliance.org/es>

Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos. Es un proyecto de mejora de la calidad de los destinos turísticos promovido por la Secretaría de Estado de Turismo y apoyado por la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), que trabaja con empresas/servicios turísticos de hasta 32 oficios diferentes, con el objetivo último de mejorar la experiencia y satisfacción del turista.

Se trata de una metodología que proporciona un sistema integral y permanente de gestión de la calidad en un destino turístico con una nueva concepción de los resultados esperados, un enfoque hacia la mejora continua y una actitud de recuperación y puesta en valor de los recursos y del espacio.

El SICTED persigue un **nivel de calidad homogéneo en los servicios ofrecidos al turista dentro de un mismo destino**, de manera que no se aprecien deficiencias de calidad sustanciales entre los diferentes productos (agentes) que componen la oferta en el destino y, con ello, condicionamientos negativos de la percepción y satisfacción de los turistas.

Ofrece a las empresas/servicios turísticos adheridos un plan de formación, visitas de asistencia técnica por parte de asesores homologados, talleres colectivos, grupos de trabajo que desarrollan propuestas de mejora para el destino y evaluaciones que contrastan la adecuación de la empresa/servicio a los estándares de calidad.

Todo ello culmina en la **obtención del distintivo Compromiso de Calidad Turística**. Éste se otorga a las empresas/servicios turísticos que han acreditado el cumplimiento de los requisitos fijados. Es un **reconocimiento al esfuerzo y compromiso con la calidad y la mejora continua, a**

la vez que distingue al establecimiento frente a la competencia. El distintivo tiene validez bienal, aunque está condicionado a una evaluación anual de seguimiento.

Enlace web: <http://www.calidadendestino.es/Default.aspx>

Certificaciones de carácter general aplicables a cualquier sector-empresa

SGE 21 de Forética. La norma SGE 21 se presenta como una herramienta que facilita la **integración de las variables económicas, sociales y ambientales en la estrategia y gestión de las empresas**. Facilita la coordinación de aspectos como la gestión de la calidad, el medio ambiente o la prevención de riesgos laborales con otros, tal vez más novedosos, como la innovación, la gestión de los recursos humanos o la relación con el entorno social.

Enlace web: <http://sge21.foretica.org/>

SA 8000. La norma SA 8000 es propiedad de la Social Accountability International y actualmente es el estándar de gestión más extendido en los países emergentes.

El objetivo de la SA 8000 es ofrecer una **norma basada en los instrumentos internacionales de derechos humanos y en las leyes laborales nacionales**, que proteja y faculte a todo el personal bajo el control e influencia de una empresa.

Enlace web: <http://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.ViewPage&pageId=937>

GRI. Global Reporting Initiative (GRI) es una organización cuyo fin es **impulsar la elaboración de memorias de sostenibilidad** en todo tipo de organizaciones.

Enlace web: <https://www.globalreporting.org/languages/spanish/Pages/default.aspx>

AA1000. Es un estándar de aplicación general para **evaluar, atestiguar y fortalecer la credibilidad y calidad del informe de sostenibilidad** de una organización y de sus principales procesos, sistemas y competencias.

Enlace web: <http://www.accountability.org/standards/>

Especificación técnica IQNET SR 10. Este **sistema contiene requisitos auditables** que aseguran una mejora continua del sistema de gestión de la RSE; sin embargo, no establece requisitos absolutos en relación con la responsabilidad social más allá de:

1. Las **obligaciones legales que sean de aplicación**.
2. Los **requisitos del sistema de gestión recogidos en el estándar y cualquier otro requisito que la organización suscriba**.
3. Los **objetivos establecidos por la propia organización**.

Enlace web: [http://www.iqnet-certification.com/userfiles/002%20IQNet%20SR%2010%20-%20Requirements%20\(Spanish\).pdf](http://www.iqnet-certification.com/userfiles/002%20IQNet%20SR%2010%20-%20Requirements%20(Spanish).pdf)

El Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact). Es una iniciativa internacional que promueve **implementar 10 principios universalmente aceptados en las áreas de derechos**

humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción, en las actividades y estrategia de negocio de las empresas.

Enlace web: <http://www.pactomundial.org/>

EFQM. Se trata de un referente en el ámbito de la Unión Europea. El Premio Europeo a la Calidad se ha convertido en una referencia para muchas empresas públicas de los diferentes países miembros de la Unión. **La concesión de este premio se basa en los criterios del modelo de excelencia empresarial.**

Enlace web: <http://www.efqm.org/>



Otros organismos
e instituciones de
interés en materia
de RSE, según
temática

10. Otros organismos e instituciones de interés en materia de RSE, según temática

Filantropía y mecenazgo

Fundación Lealtad. Esta institución, sin ánimo de lucro, tiene como fin **fomentar la colaboración de la sociedad española con las ONGs**. Para ello ofrece información independiente y objetiva sobre la acción de las ONGs a partir de un análisis de transparencia y buenas prácticas.

Enlace web: <http://www.fundacionlealtad.org/web/home>

Bancos de alimentos. Son organizaciones sin ánimo de lucro basadas en el voluntariado y encargadas de **recuperar excedentes alimenticios de nuestra sociedad y redistribuirlos entre las personas necesitadas**, evitando cualquier desperdicio o mal uso.

Enlace web: <http://www.bancodealimentos.es/>

Fundación Valora. Institución no lucrativa que **gestiona los excedentes de las empresas para hacerlos llegar a las ONGs**. Las empresas pueden donar todo tipo de material que ya no necesiten o que no vayan a usar (ordenadores antiguos, muebles, alimentos que estén cerca de la fecha de caducidad, material promocional...).

Enlace web: <https://www.fundacionvalora.org/>

Kiva. Organización sin ánimo de lucro encargada de **canalizar microcréditos a pequeños empresarios de países en vías de desarrollo**.

Enlace web: <http://www.kiva.org/home>

Voluntariado corporativo

Voluntare. Red internacional que **promueve el voluntariado corporativo**, haciendo de punto de encuentro entre las organizaciones interesadas.

Enlace web: <http://www.voluntare.org/>

Observatorio de voluntariado corporativo. **Asesora** a las empresas que todavía no tienen implantado este tipo de políticas y actividades.

Enlace web: <http://www.observatoriodevoluntariadocorporativo.es/>

Fundación Hazlo posible. **Crea en las intranets** de las empresas **un espacio dedicado a la promoción del voluntariado corporativo y a la sensibilización social**, asumiendo el diseño, la implantación, la generación de contenidos y la gestión diaria de este portal.

Enlace web: <http://hazloposible.org/wp/portada/>

Redes empresariales comprometidas con la RSE

Fundación Corresponsable. Entidad sin ánimo de lucro cuyo objetivo es la extensión de la responsabilidad social a todos los ámbitos de la sociedad. Se centra en **facilitar la comunicación de las acciones responsables realizadas por colectivos cuyos escasos recursos suponen una limitación.**

Enlace web: <http://www.fundacioncorresponsables.org/>

Forética. Red global de organizaciones y profesionales implicados en el desarrollo de la responsabilidad social. Ofrece a sus socios múltiples **herramientas para el desarrollo y la gestión de la RSE**, organiza cursos eventos y mesas de debate, realiza investigaciones y publicaciones, etc.

Enlace web: <http://foretica.org/>

Club de Excelencia en Sostenibilidad. Es una asociación empresarial compuesta por un grupo de grandes empresas que apuestan por el **crecimiento sostenible desde el punto de vista económico, social y medioambiental.** Entre sus actividades podemos citar: organizar eventos en responsabilidad corporativa, compartir experiencias en responsabilidad corporativa, colaborar con asociaciones y administraciones, desarrollo de proyectos, etc.

Enlace web: <http://www.clubsostenibilidad.org/>

Fundación Étnor. Es una organización sin ánimo de lucro que nace en 1991 con el fin de promover el **reconocimiento, difusión y respeto de los valores éticos implícitos en la actividad económica y en la calidad de las organizaciones e instituciones públicas y privadas.** Su objetivo es agrupar a un número de profesionales y directivos expertos en esta temática para reflexionar conjuntamente y ofrecer propuestas de acción que permitan generar un entorno socialmente responsable.

Enlace web: <http://www.etnor.org/>

Asociación GRACE. Portugal. Es una asociación pionera, sin fines lucrativos y exclusivamente dedicada a la **promoción de la responsabilidad social corporativa.**

Enlace web: <http://www.grace.pt/>

Fomento inclusión social

Fundación San Ezequiel Moreno. Esta organización sin ánimo de lucro surge en el año 2001 para **responder a las dificultades que surgen en entornos empresariales con trabajadores procedentes de distintas culturas.**

Enlace web: <http://www.fundacionsanezequiel.org/>

Fundación Tomillo. Como **respuesta a las dificultades para acceder al mercado laboral de determinados colectivos**, la Fundación Tomillo dispone de empresas de inserción con las que se pretende facilitar su incorporación al mercado laboral mediante el desarrollo de habilidades y competencias que mejoren su empleabilidad.

Enlace web: http://www.tomillo.org/v_portal/apartados/apartado.asp

Gestión responsable de la cadena de suministro

Portal Responsible Supply Chain Management. En este portal se localiza una colección de materiales de libre acceso con los que se pretende **ayudar a la aplicación de políticas de responsabilidad social corporativa en la cadena de suministro.**

Enlace web: <http://www.csr-supplychain.gr/en/>

Portal Sustainable Supply Chains. Este portal pretende facilitar el acceso a información y **herramientas relevantes sobre cadenas de suministro sostenibles** y la puesta en común de iniciativas y buenas prácticas.

Enlace web: <http://supply-chain.unglobalcompact.org/>

Ecoetiqueta Europea. Esta etiqueta **certifica que el producto que la obtiene cumple una serie de requisitos que hacen que tenga un bajo impacto ambiental a lo largo de su ciclo de vida.**

Enlace web: <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>

Sello FAIRTRADE. Es uno de los instrumentos que **certifica que el producto que lo lleva cumple los requisitos del comercio justo**, cuya finalidad, entre otras, es garantizar que los productores reciben precios que cubren los costes medios de producción sostenible.

Enlace web: <http://www.sellocomerciojusto.org/es/>

Slowfood. Es una asociación internacional que aboga por conjugar el placer y la reivindicación del derecho al disfrute por parte de todos, con un nuevo sentido de responsabilidad denominado **eco-gastronomía**. Se trata de ser capaz **de unir el respeto y el estudio de la cultura enogastronómica**, con el apoyo a cuantos en el mundo se ocupan de defender la biodiversidad agroalimentaria.

Enlace web: <http://slowfood.es/>

Emprendimiento social

Socialnest. Se trata de una **incubadora de empresas sociales** pionera en España y que dispone de información actualizada, recursos, ejemplos de iniciativas, etc.

Enlace web: <http://socialnest.org/>

Ashoka. Asociación internacional de emprendedores sociales cuya finalidad es **apoyar e impulsar el emprendimiento social innovador.**

Enlace web: <http://spain.ashoka.org/>

Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES). Organización de carácter intersectorial que **aglutina las diversas actuaciones existentes en materia de economía social en España.**

Enlace web: <http://www.cepes.es/>

Socio-eco-diseño

Campaña Madera Justa. Es una iniciativa promovida por COPADE y FSC-España para fomentar el **consumo responsable de productos derivados de recursos forestales e incentivar los productos de Comercio Justo.**

Enlace web: <http://www.copade.es/madera-justa/>

Portal ecoSMEs. Portal que dispone de información, documentación, herramientas, guías, enlaces, ofertas de cursos de formación, etc. en materia de **ecodiseño.**

Enlace web: <http://www.ecosmes.net/cm/index-EP>

Inversiones socialmente responsables

Principios para la inversión responsable (PRI). Iniciativa promovida por las Naciones Unidas y enmarcada en los compromisos del Pacto Mundial cuya finalidad es **potenciar los negocios responsables teniendo en cuenta factores ambientales, sociales y de gobernanza empresarial.**

Enlace web: <http://www.unpri.org/>

Foro español de inversión socialmente responsable (Spainsif). Asociación sin ánimo de lucro que pretende **promover la inversión socialmente responsable en España.**

Enlace web: <http://www.spainsif.es/>

Proyecto Fiare. Es un proyecto cooperativo sin ánimo de lucro y constituido por redes de entidades sociales y ciudadanos cuyo objetivo es ser un **banco en manos de la ciudadanía y destinar los ahorros de sus clientes a financiar proyectos con impacto social o medioambiental positivo.**

Enlace web: <http://www.fiarebancaetica.coop/>

Triodos Bank. Es el mayor **banco ético** a nivel europeo. Opera desde 1980 y ofrece los mismos productos bancarios que cualquier banco tradicional a particulares y a empresas o entidades, pero aplicando principios éticos y de sostenibilidad en la selección de las inversiones y las financiaciones.

Enlace web: <https://www.triodos.es/es/particulares/>

Oiko Credit. Es una de las principales instituciones financieras privadas de inversión que **financia proyectos en países en vías de desarrollo.**

Enlace web: <http://www.oikocredit.es/es/>

Protección ambiental y de la biodiversidad.

Fundación biodiversidad. La misión de la fundación es **contribuir a la protección y conservación del patrimonio natural y la biodiversidad,** a través de la ejecución de grandes proyectos de conservación y la canalización de ayudas y fondos para el desarrollo de proyectos de otras entidades como ONG, entidades de investigación, universidades, etc.

Enlace web: <http://fundacion-biodiversidad.es/>

ECOEMBES. Es la organización que cuida del medio ambiente a través del **reciclaje y el ecodiseño de los envases en España**. Proporciona valor social y ambiental en la sociedad, promoviendo la educación ambiental, la innovación, la eficiencia y la generación de empleo y tejido industrial.

Enlace web: <http://www.ecoembes.com/>

Fundación ECODES. Es una asociación que trabaja para acelerar la transición a una **economía verde, inclusiva y responsable**, enmarcada en una nueva gobernanza, mediante la innovación y la creación de puentes y alianzas.

Enlace web: <http://www.ecodes.org/>

Programa de asistencia para el cumplimiento de la normativa ambiental para Pyme. ECAP. La Comisión Europea tiene en marcha un programa de asistencia para el cumplimiento de la normativa medioambiental que **facilitará a las pymes el cumplimiento de sus obligaciones y mejorará el rendimiento medioambiental de estas**.

Enlace web: http://ec.europa.eu/environment/sme/index_es.htm

Códigos de conducta

Fundación CEPAIM. Es una organización independiente, cohesionada y sostenible que da respuestas a dinámicas sociales relacionadas con el hecho migratorio y con los procesos de exclusión social. Se trata de un referente práctico y teórico en la **aplicación coherente de políticas transversales de interculturalidad, gestión de la diversidad, igualdad de género, cohesión social, desarrollo local y codesarrollo, etc.**

Enlace web: <http://cepaim.org/>

Turismo sostenible

Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A. (SEGITTUR). Esta sociedad es la responsable de **impulsar la innovación (I+D+i) en el sector turístico español** (nuevos modelos y canales de promoción, gestión y creación de destinos inteligentes, etc.)

Enlace web: <http://www.segittur.es/es/inicio/index.html>

Turespaña. Es el organismo nacional de turismo encargado del **marketing de España** en el mundo y de crear valor para su sector turístico, mediante el impulso de la sostenibilidad económica, social y medio ambiental de los destinos nacionales.

Enlace web: <http://www.tourspain.es/es-es/Paginas/Index.aspx>

Turismo de Portugal. Se trata de una organización para el desarrollo del turismo nacional. En esta web se cuenta con **guías de buenas prácticas sobre turismo en Portugal**.

Enlace web: <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/Pages/Homepage.aspx>

Iniciativas de la administración vinculadas a la RSE

Consejo Estatal de RSE. El CERSE, es un órgano adscrito al Ministerio de Trabajo e Inmigración que tiene un carácter "asesor y consultivo". Está encargado del **impulso y fomento de las políticas de responsabilidad social de las empresas** y se constituye en el marco de referencia para el desarrollo de esta materia en España.

Enlace web: <http://www.responsabilidadimas.org/canales/index.asp?canal=8>

RSE Pyme. La Iniciativa RSE-Pyme tiene el objetivo de **acercar el concepto de responsabilidad social empresarial a las pequeñas y medianas empresas**, sensibilizándolas acerca de la importancia de incorporarlo en sus prácticas empresariales e informándolas de las ventajas competitivas derivadas de esta integración cuando se gestiona de manera estratégica.

Enlace web: http://www.ipyme.org/es-ES/Financiacion/SubvencionesAyudas/ProgramasAnteriores/RSE/Paginas/ResponsabilidadSocialEmpresa_Ficha.aspx

RSE Xunta. Portal institucional del gobierno de Galicia que contiene información, recursos y herramientas en materia de RSE, así como un observatorio regional sobre la situación de la RSE en las empresas gallegas.

Enlace web: <http://rse.xunta.es/>

ORSE. Portal institucional del gobierno de Extremadura que contiene información y documentación en materia de RSE, así como un observatorio regional sobre la situación de la misma.

Enlace web: <http://www.rsextremadura.es/>

OCATEN. Portal institucional del Cabildo Insular de Tenerife que contiene información y documentación en materia de calidad y consumo responsable, así como un observatorio regional sobre la situación de la calidad en la isla.

Enlace web: <http://www.calidadtenerife.org/>

GOBIERNO DE NAVARRA-RESPONSABILIDAD SOCIAL. Portal web del gobierno de Navarra que contiene información y documentación en materia de RSE y del sistema de gestión InnovaRSE

Enlace

web: http://www.navarra.es/home_es/Gobierno+de+Navarra/Organigrama/Los+departamentos/Economia+y+Hacienda/Organigrama/El+departamento/Trabajo/RSC/



11.

ANEXO:
Muestra gráfica
de algunas de las
herramientas de RSE
para la gestión de
una pyme

11. ANEXO: Muestra gráfica de algunas de las herramientas de RSE para la gestión de una pyme

XUNTA PRO-RSE



HERRAMIENTA PARA LA MEDICIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO DE LA RSE



Informe de resultados generado:



Bar Santa Ana - 06/05/2015
INFORME DE RESULTADOS

A continuación se muestran los resultados de la situación en materia de RSE ordenados según el diferente índice de contenidos:

1. Impacto de las acciones de RSE en el conjunto de la empresa
2. Impacto de las acciones de RSE en las variables económicas
3. Situación de los departamentos de la empresa en la implantación de las acciones de RSE
4. Selección de las acciones de RSE que más impacto de mejora pueden tener en los indicadores económicos

1. IMPACTO DE LAS ACCIONES DE RSE EN EL CONJUNTO DE LA EMPRESA

El impacto de las acciones de RSE desarrolladas por la empresa en el conjunto de las variables económicas elegidas es de un porcentaje del %, lo que puede ser considerado como de un nivel muy bajo.

	Impacto
Total empresa	%

Este impacto supone por tanto que existe un potencial general de mejora de un 100% que puede ser alcanzado en el conjunto de la empresa a partir de las acciones de RSE.

	Mejora
Total empresa	100%

3. SITUACIÓN DE LOS DEPARTAMENTOS DE LA EMPRESA EN LA IMPLANTACIÓN DE LAS ACCIONES DE RSE

Las acciones de RSE deben llevarse a cabo en cada una de las áreas o departamentos en las que se organiza la empresa, por lo que resulta muy importante disponer de una visión de la situación de cada una de estas áreas de responsabilidad.

La siguiente tabla muestra la situación de cada una de las áreas de la empresa en cuanto a la situación de las acciones de RSE. En ella vemos que las áreas que se encuentran en mejor situación son: las de Dirección y socios (con un nivel de 0%), las de Sociedad (con un nivel de 0%), las de Medio ambiente (con un nivel de 0%), las de Clientes (con un nivel de 0%), las de Proveedores (con un nivel de 0%) y las de Personal (con un nivel de 0%)

Las áreas con un menor nivel de implantación son las de Proveedores (con un 0%), las de Personal (con un 0%), las de Clientes (con un 0%), las de Medio ambiente (con un 0%), las de Sociedad (con un 0%) y las de Dirección y socios (con un 0%)

Áreas de la empresa	Situación %
Personal	0
Proveedores	0
Clientes	0
Medio ambiente	0
Dirección y socios	0
Sociedad	0
Total	0



2. IMPACTO DE LAS ACCIONES DE RSE EN LAS VARIABLES ECONÓMICAS

El impacto de las acciones de RSE en cada uno de los indicadores económicos es mostrado en la tabla que hay a continuación. Los tres indicadores que reflejan mayor impacto son: Financiación con un resultado de % (que puede ser considerado como un impacto muy bajo), Compras con un %, y Morosidad con un %.

Por contra, las tres variables que presentan un resultado menor (es decir que fueron menor impactadas) son: Nuevos mercados, Beneficio, y Fidelización de clientes, con unos resultados de impacto de %, % y 0 % respectivamente. Las variables Productividad y Clima laboral presentan un resultado intermedio de un % y un %

Indicadores económicos	Resultados %
Fidelización de clientes	0
Nuevos mercados	
Beneficio	
Clima laboral	
Productividad	
Financiación	
Compras	
Morosidad	
Total	



4. SELECCIÓN DE LAS ACCIONES DE RSE QUE MÁS IMPACTO DE MEJORA PUEDEN TENER EN LOS INDICADORES ECONÓMICOS

Dado que existen diferencias en las empresas, tanto en la importancia que otorgan a cada uno de los indicadores económicos como en el nivel de impacto que cada acción de RSE, esta lista está ordenada según el nivel de impacto / posibilidad de mejora en la empresa que se podría obtener de cada acción (se muestran primero las acciones que producirían mayor impacto y después las de menor impacto):

SISTEMA DE GESTIÓN INNOVARSE

Usted está aquí: [Home](#) > [Herramientas](#) > [Metodologías](#) > Metodología InnovaRSE

METODOLOGÍA INNOVARSE

La metodología InnovaRSE es una herramienta diseñada con el objetivo de contribuir eficazmente a implantar la RSE en las PYMEs navarras. Este método se desarrolla en tres fases: diagnóstico, plan de actuación e implantación. Aquí se recogen los documentos que detallan cada una de las fases.

[Ver herramienta](#) →

Departamento de Economía, Hacienda, Industria y Empleo

Castellano Euskara Français English
 ¡Utilice el buscador!

ORGANIGRAMA TRÁMITES PUBLICACIONES ACCIONES ESTADÍSTICA
 La consejera El departamento Estructura orgánica Contacto
 Organigrama : El departamento : Dirección General de Trabajo y Prevención de Riesgos : Responsabilidad Social Corporativa

Responsabilidad Social Corporativa

"La Responsabilidad Social Corporativa es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones empresariales y sus relaciones con sus interlocutores". Comisión Europea, julio de 2001.

La Comisión, en su Comunicación del 25 de octubre de 2011, presenta una nueva definición de la RSE: "la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad".

Documentación y normativa aplicable

Documentación relevante y normativa en materia de Responsabilidad Social Corporativa



Programas e informes RSC

Programas e Informes de Responsabilidad Social Corporativa en Navarra



Sello InnovaRSE

Empresas navarras que han obtenido el sello InnovaRSE y que han realizado la Memoria de Sostenibilidad



Ayudas, becas y subvenciones

Ayudas, becas y subvenciones en materia de Responsabilidad Social Corporativa



Contactos y enlaces de interés

Contactos y enlaces de interés en materia de Responsabilidad Social



Noticias

Noticias en materia de Responsabilidad Social Corporativa



METODOLOGÍA XERTATUADI

Metodología xertatu:adi / Herramientas / Herramientas	
Cada una de las fases de la metodología se lleva a cabo a través de herramientas u orientaciones específicas.	
Fase	Herramientas
0 Arranque	→ Documento de compromiso de la dirección
1 Análisis del punto de partida	→ Check-list para el análisis del punto de partida
2 Diagnóstico en RSE	
Equipo directivo	→ Cuestionario de autoevaluación
Desempeño	→ Indicadores de RSE
Grupos de interés	→ Plantilla de recapitulación de expectativas de grupos
Contraste	→ Contraste de diagnóstico-extracción de áreas de mejora
3 Planificación	→ Plantillas para la elaboración del Plan de Actuación
4 Ejecución	
Estrategia	
Operativa	→ Catálogo de recursos en RSE → Orientaciones para trasladar la RSE a la cadena de proveedores.
Cultura	→ Orientaciones para incorporar la RSE en la cultura de empresa (valores, política de RSE y códigos éticos)
Relación con grupos de interés	→ Orientaciones para el diálogo con los grupos de interés
5 Evaluación	→ Plantillas para la elaboración del Plan de Actuación → Indicadores de RSE
6 Comunicación	→ Orientaciones para la comunicación hacia los grupos de interés → Guía GRI para la redacción de memorias de sostenibilidad
7 Aprendizaje	

DIRCOM 2R

Inicio Gran empresa PYME Documentos Dircom.org

Inicio Paso 1 Paso 2 Paso 3 Paso 4 Paso 5 Diagnóstico Recomendaciones

Inicio e Instrucciones

El objetivo de este auto diagnóstico es ofrecer a las PYMES una herramienta para evaluar el estado de su responsabilidad corporativa según una serie de indicadores.

Para la elaboración de esta herramienta, se realizó una investigación con expertos en Responsabilidad Corporativa –entre ellos profesores de universidades y escuelas de negocios, directores de RSC, líderes de opinión y consultores– para testar y ponderar las variables de RSC y sus indicadores.

El cuestionario de auto diagnóstico se organiza en base a cinco variables o aspectos clave a gestionar, con los pesos ponderados según su relevancia para una gestión estratégica de la RSC, alineada con la generación de valor reputacional.

PESO DE LAS VARIABLES DE AUTODIAGNÓSTICO

Informe de resultado generado:

Inicio
Gran empresa
PYME
Documentos
Dircom.org



Herramienta Dircom2R

Integración de la RSC y la Reputación

Inicio
Paso 1
Paso 2
Paso 3
Paso 4
Paso 5
Diagnóstico
Recomendaciones

Diagnóstico

Variables RSC	Resultado evaluación	Valoración del Estado
1. Comportamiento ético	0	Precario
2. Transparencia y Buen Gobierno	0	Precario
3. Comportamiento con los empleados	0	Precario
4. Medio Ambiente y Cambio Climático	0	Precario
5. Contribución a la Comunidad	0	Precario

Conclusiones

- El estado de cada variable aporta una serie de claves para optimizar la gestión de los factores que configuran la Responsabilidad Corporativa e influyen en la reputación corporativa.
- De esta manera, se pueden enfocar los esfuerzos en promover aquellos aspectos en situación más *precaria* o *regular*, impulsar aquellos con valoración *acceptable*, o mantener y poner en valor los factores que se encuentran en un estado *bueno* u *óptimo*.

Informe de recomendaciones generado:

Inicio
Gran empresa
PYME
Documentos
Dircom.org



Herramienta Dircom2R

Integración de la RSC y la Reputación

Inicio
Paso 1
Paso 2
Paso 3
Paso 4
Paso 5
Diagnóstico
Recomendaciones

Recomendaciones

Estas son las recomendaciones específicas para su caso, en función de las respuestas que ha introducido.

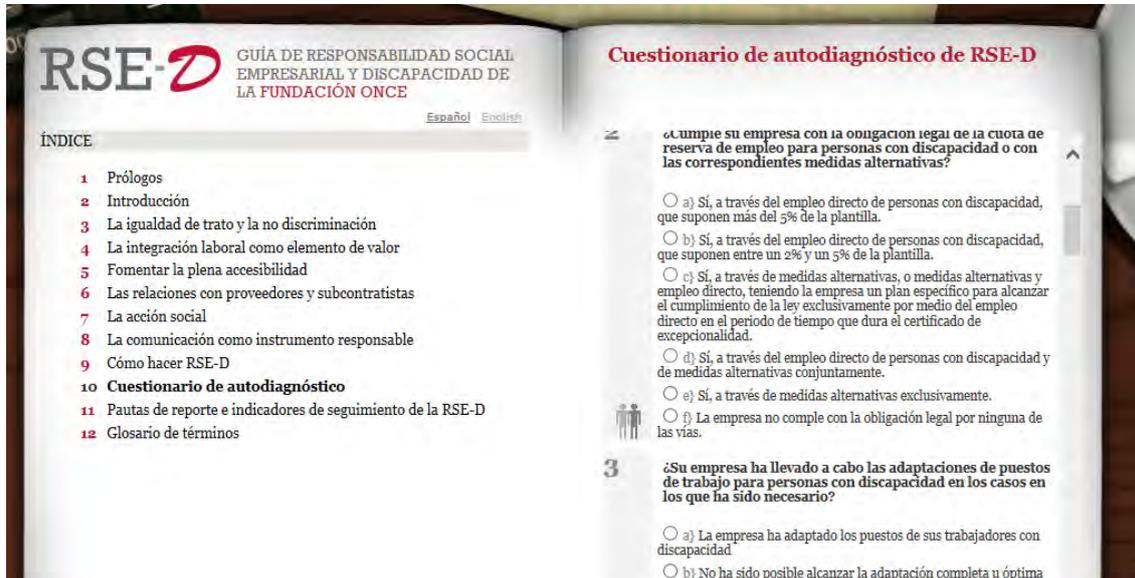
1. Compromiso ético

Son los valores básicos de actuación. Principios directores relacionados con la visión y misión de la empresa.

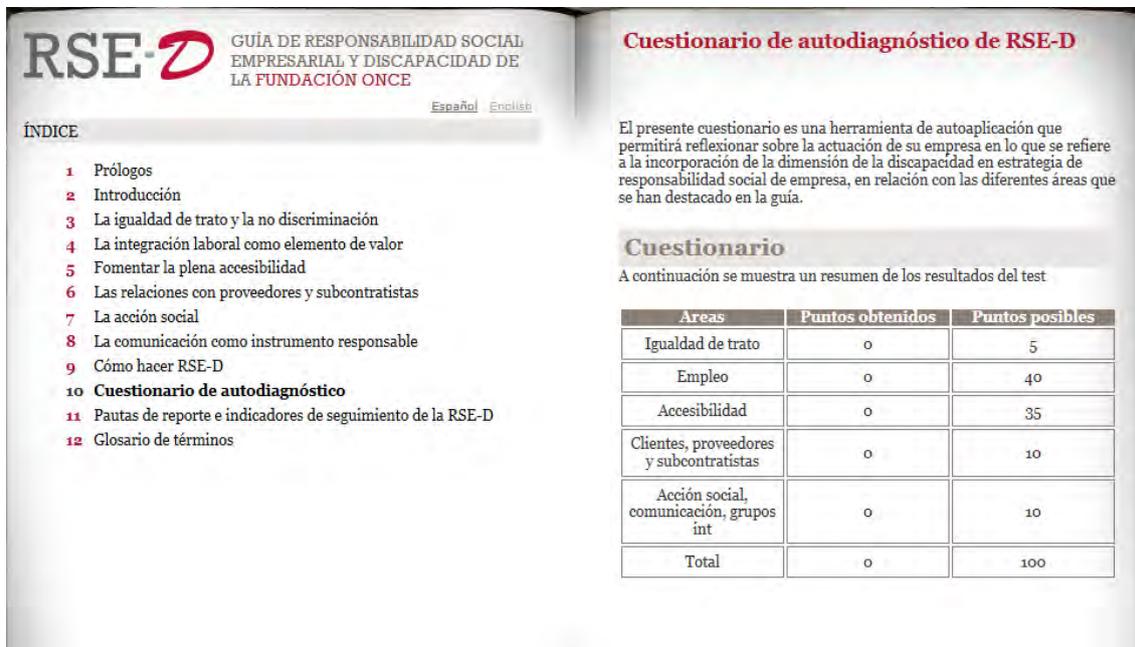
Principales recomendaciones, para un resultado de (0) Precario

- Elaborar un Código Ético o un Código de Conducta que recoja los valores de la compañía y marque los principios de actuación corporativos.
- Disponer de canales de comunicación para la recepción de quejas, reclamaciones o incidencias relacionadas con la ética corporativa y el cumplimiento de las pautas de Conducta (o bien basado en el Código de Conducta si existe o bien basado en la cultura de la empresa y los comportamientos esperables y aceptables).

AUTODIAGNÓSTICO RSE.FUNDACIÓN ONCE.



Informe de resultado generado:



HERRAMIENTA PARA EVALUAR EL CONSUMO ENERGÉTICO: EL E-TOOLKIT HES.



Componentes de la aplicación

- Herramienta de evaluación comparativa
- Herramienta de apoyo para la toma de decisión
- Calculadora de la huella de carbono
- Calculadora de ROI
- Hojas de soluciones tecnológicas
- Casos prácticos y buenas prácticas
- Infórmese...

Evalúe su consumo energético/eficiencia

La herramienta de evaluación comparativa permite que las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) europeas del sector del alojamiento evalúen su consumo energético /eficiencia y huella de carbono actuales con los de empresas similares. Una vez completado el cuestionario, el e-toolkit hará una serie de cálculos automáticamente y producirá tres informes entre los cuales se encuentra el informe energético. Este último aporta información acerca del hotel y de su prestación energética actual, comparándola a unos puntos de referencia predefinidos.

[Pinche aquí para ver un ejemplo de un informe energético](#)

Combusibles (toneladas adquiridos a través de proveedores)

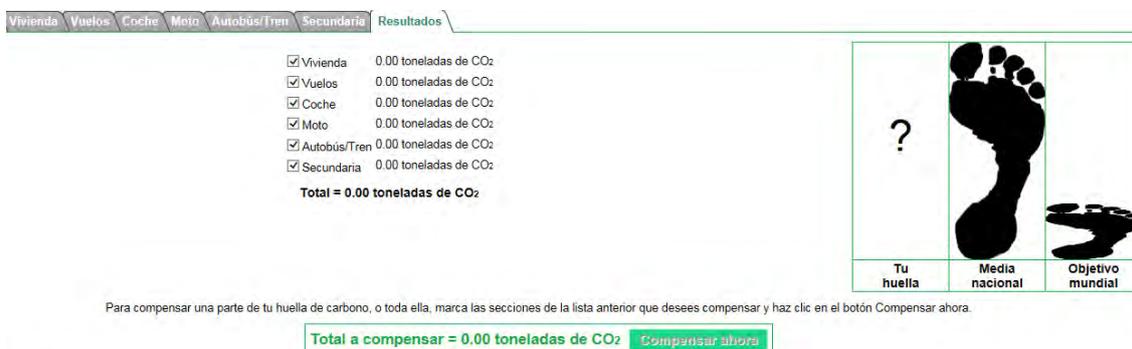
Energy consumption: 254,64 kWh por m² por año

Legend:

- [1] Electricidad adquirida a través de proveedores 49,09%
- [2] Combusibles fósiles adquiridos a través de proveedores 6,39%
- [3] Biomasa 56,52%
- [4] Energía renovable de generación propia 9%

Fuentes de energía renovable en uso: Biomasa: astillas de madera 420540 kWh

HERRAMIENTA PARA CALCULAR LA HC: CALCULADORA DE LA HC



Resultados

- Vivienda 0.00 toneladas de CO₂
- Vuelos 0.00 toneladas de CO₂
- Coche 0.00 toneladas de CO₂
- Moto 0.00 toneladas de CO₂
- Autobús/Tren 0.00 toneladas de CO₂
- Secundaria 0.00 toneladas de CO₂

Total = 0.00 toneladas de CO₂

Para compensar una parte de tu huella de carbono, o toda ella, marca las secciones de la lista anterior que desees compensar y haz clic en el botón Compensar ahora.

Total a compensar = 0.00 toneladas de CO₂ [Compensar ahora](#)

Tu huella: ? Media nacional:  Objetivo mundial: 



- Tu huella es de 0.00 toneladas al año
- La huella media por persona en Spain es de 7.70 toneladas
- La media de los países industrializados es de unas 11 toneladas
- La huella de carbono media mundial es de unas 4 toneladas
- El objetivo mundial para combatir el cambio climático es de unas 2 toneladas



Clúster Turismo
de Galicia



RED TRANSREGIONAL
DE IMPULSO DE LA RSE

“Guía de RSE para el sector turístico