MANUALES DE LA MARCA DE CALIDAD TERRITORIAL
CONDADOJAÉN. CALIDAD RURAL.

CARTA ESPECÍFICA:
Turismo
Hoteles y Casas Rurales.

CONDADO JAÉN
CALIDAD RURAL

INDICADORES DE CALIDAD DE SERVICIO

INTRODUCCIÓN

Esta Carta de Calidad, perteneciente al Sector Turístico, se elabora en el marco del proyecto **Marca de Calidad Territorial "CondadoJaén. Calidad Rural"**. En ella establecemos los requisitos que deben cumplir los establecimientos de este sector para poder conseguir la certificación de la Marca. Estos requisitos son exigibles a las instalaciones, equipamientos, gestión y servicios del establecimiento turístico.

Se establece, como premisa básica para las empresas solicitantes de la Marca de Calidad Territorial, el cumplimiento de los mínimos exigidos por la legislación vigente para el ejercicio de su actividad.

Por tanto, las normas aquí definidas son adicionales a las establecidas en la legislación. Por este motivo debemos recordar que *la Marca de Calidad Territorial es una opción empresarial totalmente voluntaria, donde el establecimiento toma la decisión de aplicar un sistema de gestión y aseguramiento de la calidad que satisfaga las expectativas de sus clientes.*

Hemos querido elaborar este manual con la intención de que todos dispongamos de una buena guía y herramienta de trabajo: Con este fin, las presentes normas, definidas mediante indicadores, desarrollan los estándares de calidad exigidos por el Comité de Gestión y Control de la Marca de Calidad Territorial.

Son normas básicas, mínimas, que pueden ser mejoradas en el quehacer diario por nuestra permanente inquietud de superación y adaptación a los cambios, buscando, siempre, lo mejor para las empresas certificadas, sus clientes y el territorio.

Su cumplimiento es un deber básico, obligatorio y a partir del cual las empresas participantes podrán mejorar en actitud, aptitud, gestión, comercialización y cualificación.

Todos los indicadores se han definido con el fin único de cumplir los objetivos planteados por la Marca de Calidad Territorial para este sector. Dichos objetivos son:

- Fomentar el turismo sostenible en la comarca.
- Promover el desarrollo de las empresas con Marca.
- Facilitar la formación a los empresarios.
- Facilitar una red de colaboración entre las empresas que ostentan la Marca.
- Unificar la visión del cliente, haciendo que todos los establecimientos tengan las mismas características en cuanto a calidad, estética y prestigio.
- Mejorar la competitividad de las empresas con Marca, facilitando su comercialización.

Estos indicadores se han definido para conseguir:

- Calidad de Servicio.
- Calidad Económica.
- Calidad Social.
- Calidad Ambiental.

Antes de definir los indicadores de calidad de servicio, hagamos una clasificación de los establecimientos turísticos, ya que los indicadores serán distintos dependiendo de cada una de las tipologías.

CLASIFICACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS

Esta clasificación de establecimientos se ha realizado en base a los decretos **20/2002**, de 29 de enero, **de turismo en el medio rural y turismo activo** (Boja nº 14 de 2 de febrero de 2002) y **47/2004**, de 10 de febrero, **de establecimientos hoteleros** (Boja nº 42, de 2 de marzo de 2004)

Alojamientos turísticos:

1.- Hoteles y Apartamentos rurales.

2.- Casas Rurales.

3.- Complejos turísticos rurales y Villas turísticas.

4.- Viviendas turísticas de alojamiento rural.

Restaurantes.

Servicios Turísticos:

1.- Actividades de turismo activo

2.- Puntos de información

3.- Oficinas de turismo

3.- Agencias de viajes

4.- Centrales de reservas

Alojamientos especiales:

1.- Agroturismo.

2.- Casa molino.

3.- Casas cueva.

4.- Cortijo.

5.- Granja-escuela.

6.- Camping.

En esta clasificación no se contemplan todas las especificadas en los decretos nombrados anteriormente, dado que solo hacemos referencia a aquellos establecimientos que podrán llevar la Marca de Calidad Territorial "CondadoJaén. Calidad Rural".

1.-INDICADORES COMUNES A TODOS LOS ESTABLECIMIENTOS

En este apartado vamos a describir los **indicadores** que son **comunes** a todos los establecimientos. Haremos una primera enumeración de ellos, para posteriormente pasar a la descripción de los mismos.

1.- Situación Geográfica.

2.- Elección de Materiales.

3.- Prestaciones Anexas.

4.- Homogeneidad en el uso de la Marca.

5.- Formación a las Empresas.

1.- SITUACIÓN GEOGRÁFICA

Las empresas certificadas deben cumplir como mínimo los siguientes requisitos:

1.1.- Situarse en un entorno de calidad caracterizado por la ausencia de contaminación auditiva, visual y olfativa. Es decir, los establecimientos turísticos que ostenten la Marca de Calidad Territorial, no podrán ubicarse en:

- Polígonos industriales.

- Zonas de casco urbano rodeadas de corralones o naves con aperos de labranza.

- Entornos naturales cercanos a granjas de pollos, cerdos, etc.

1.2.- Tener un entorno inmediato y un interior caracterizado por una decoración adecuada.

El exterior cercano del establecimiento debe estar decorado con plantas o jardines, según disponibilidad de espacio. Las plantas serán las autóctonas de la zona, de forma que pueden mantenerse sin demasiado derroche de agua. Esta decoración exterior estará en concordancia con la tradicional de la zona y totalmente integrada con los elementos arquitectónicos y el entorno exterior.

Igualmente, la decoración interior debe responder a un ambiente tradicional de la zona, aunque mezclado con aquellos elementos modernos que permitan mejorar la calidad de la estancia en el establecimiento. En todo caso, la paleta de colores debe ser adecuada y tanto los muebles como los tejidos y complementos del establecimiento deben estar integrados y formar un conjunto global que resulte agradable, bonito y acogedor.

1.3.- Acceso transitable y adecuadamente indicado mediante paneles informativos.

El camino de llegada al establecimiento debe ser transitable para vehículos turismo, en caso contrario será el establecimiento el que haga la recogida de clientes en un punto de la población más cercana, acordado previamente con ellos. Este hecho deberá explicarse al cliente en el momento de la reserva.

Si el establecimiento está situado fuera de casco urbano, en el camino de llegada deberán situarse, en los lugares adecuados, paneles informativos, cuyo modelo será especificado en el manual de uso de la Marca.

2.- ELECCIÓN DE MATERIALES

El Territorio está caracterizado por una forma particular de sus edificios, a menudo de arquitectura tradicional, por una elección de materiales de fachada y de tejados, por un dimensionamiento de apertura de las calles, y por unos colores de revoco y pintura.

Cada negocio certificado deberá adaptarse a estas características locales y fundamentalmente:

2.1.- Materiales y colores adaptados al municipio de implantación.

2.2.- Respeto a volúmenes y estilo existentes en el cuadro de rehabilitación de edificios.

3.- PRESTACIONES ANEXAS

Además del respeto a las condiciones relativas a su entorno y a los materiales utilizados, las empresas certificadas **"CondadoJaén. Calidad Rural"** deben proporcionar a sus clientes diversos servicios anexos:

3.1.- Vitrina de productos locales.

Esta vitrina es obligatoria para alojamientos y restaurantes. Esta, debe presentar a la clientela un panel de producciones certificadas del Territorio del Condado de Jaén. Solamente será exigida la presentación de productos. La venta será dejada a la libre decisión de los prestatarios. Si no hay venta directa por el negocio, se indicará por carteles los puntos más próximos de venta.

3.2.- Atención al cliente.

El alcance de esta norma es para todos aquellos **servicios complementarios** que ofrece el establecimiento al cliente, ya sean propios o subcontratados.

Los **servicios complementarios mínimos** que cualquier establecimiento debe ofrecer son:

- Información sobre el establecimiento y sus servicios.
- Información turística y de localización de la comarca:
  - Planos de ciudad gratuitos y callejero para consulta. Horarios de medios de transporte provinciales, interprovinciales e internacionales.
  - Líneas y recorridos de transportes urbanos.
  - Guías de actividades turísticas y espectáculos (Dar preferencia a los establecimientos que ostentan la Marca).
- Información sobre servicios médicos.
- Información sobre ubicación de las entidades bancarias más cercanas al establecimiento.
- Información sobre comercios de la zona.
- Pago con tarjeta de crédito. Todos los establecimientos deben dar la posibilidad al cliente de poder pagar con tarjeta de crédito.
- Atender al cliente que desea dar una queja o sugerencia. (Hoja propia del establecimiento para sugerencias u hoja de reclamaciones).

El personal del establecimiento deberá atender durante el periodo de apertura del mismo al cliente de la manera más eficaz posible, tanto personalmente como a través del teléfono, observando las Normas de Cortesía al respecto.

El encargado del estableciendo deberá supervisar continuamente el trabajo de las personas encargadas del trato con la clientela.

Durante la estancia del cliente, el encargado del establecimiento o el personal dedicado al trato con el cliente, debe atenderle siempre y cuando éste lo solicite. El personal debe conocer los servicios complementarios ofrecidos a fin de poder informar al cliente de forma adecuada.

En el caso de no tener acceso de forma inmediata a la información solicitada por el cliente, se debe disponer de los medios necesarios para su búsqueda.

4.- HOMOGENEIDAD EN EL USO DE LA MARCA

4.1.- Las empresas certificadas con la Marca de Calidad Territorial, deberán hacer uso de la misma en los lugares y bajo las condiciones indicados en el Manual de uso de la Marca que el Comité de Gestión y Control le hará entrega una vez haya sido concedida.

4.2.- Si alguna empresa hiciera un uso de la Marca, en lugar o modo, no establecido en el manual de uso, le será retirada la certificación inmediatamente.

5.- FORMACIÓN A LAS EMPRESAS

Una mayor profesionalización debe permitir a los actores económicos identificar y satisfacer mejor la demanda de la clientela.

Todos los gestores de empresas certificadas deben ser especialmente intermediarios de comunicación con la clientela turística, y de hecho poder aportar a ésta informaciones sobre la historia, el patrimonio y la vida cultural de la comarca. Por ello, si ya no lo ha hecho, el prestatario debe comprometerse a seguir a corto plazo una formación sobre:

- Conocimiento de los diferentes atractivos turísticos ligados a la Comarca y al turismo en la provincia, a las animaciones cercanas, etc.
- Nociones de lenguas extranjeras, concretamente inglés.
- Técnicas de gestión y contabilidad.

Esta es la formación de base para poder ser empresa certificada de la Marca de Calidad Territorial, pero anualmente la empresa debe realizar un plan de formación para todos los empleados, incluido el gerente, de forma que el reciclaje de los trabajadores sea continuo y se pueda mantener la calidad del servicio.

Además, la Asociación para el Desarrollo Rural de la Comarca de El Condado, (ASODECO) organizará al menos una jornada anual, que será propuesta a los prestatarios certificados, con el fin de informar a éstos de la evolución del programa y de los nuevos servicios.

Esas jornadas serán el momento para efectuar balances por sector.

2.- REQUISITOS PARA HOTELES RURALES

Las normas de calidad de servicio definen los requisitos que deben cumplir los hoteles rurales para obtener y mantener el uso de la Marca de Calidad Territorial "CondadoJaén. Calidad Rural".

Estas normas se refieren tanto a las instalaciones y equipamientos como a los procesos de prestación de servicio.

La estructura de indicadores definida para evaluar la calidad del servicio en hoteles y hoteles-apartamentos es la siguiente:

1.- Infraestructuras y equipamientos.

2.- Acogida y estancia.

3.- Limpieza y mantenimiento.

4.- Servicio de restauración.

5.- Seguridad.

6.- Comercialización.

1.- INFRAESTRUCTURAS Y EQUIPAMIENTO

1.1.- Climatización del establecimiento.

El establecimiento debe contar con un **sistema de refrigeración** en unidades de alojamiento y en zonas de uso común, entendiendo como tales, vestíbulos, salones, comedores, escaleras, pasillos, cafeterías, restaurante, bar, etc.

El establecimiento debe contar con un **sistema de calefacción** en unidades de alojamiento (incluidos cuartos de baño) y en zonas de uso común, entendiendo como tales, vestíbulos, salones, comedores, escaleras, pasillos, cafeterías, restaurante, bar, etc.

1.2.- Internet.

El establecimiento hotelero debe ofrecer a sus clientes servicio de conexión a Internet ADSL mediante red wifi. Se estudiará para cada población.

1.3.- Capacidad del alojamiento.

El número máximo de plazas en un hotel rural que ostente la Marca de Calidad debe ser 80. Para este indicador se podrá solicitar exención al CGC, argumentando que en la mayoría del resto de indicadores se supera con creces lo exigido y la valoración global del proyecto alcanza puntuaciones máximas.

El número máximo de plazas por habitación debe ser de dos, admitiendo el uso de camas o cunas supletorias.

1.4.- Equipamiento básico.

El mobiliario y la decoración deben crear un ambiente acogedor y agradable.

Los muebles deben reflejar las peculiaridades de la zona, debiendo ser, preferentemente, antiguos o imitación de muebles clásicos de la zona.

Todo el mobiliario como los elementos decorativos, incluyendo los textiles, debe estar en perfecto estado de uso.

La empresa solicitante de la Marca de Calidad se compromete a realizar la conservación del mobiliario, elementos decorativos y enseres. No pudiendo en ningún caso, tener en sus instalaciones mobiliario en mal estado, elementos decorativos rotos y claramente pegados, o enseres oxidados o en mal estado de conservación.

La habitación, caso de ser doble, debe contar con dos puntos de luz al lado de la cama.

En los armarios de las habitaciones debe haber como mínimo 7 perchas diferenciadas para uso de chaquetones, pantalones y faldas.

En ningún caso los armarios deben oler a humedad, cerrado o antipolillas.

Los colchones de las camas se cambiarán cada diez años por otros nuevos de alto nivel de calidad, a fin de seguir las instrucciones de seguridad en prevención de lesiones de espalda.

Como complemento a la ropa de cama ya puesta para uso de los clientes en las habitaciones, debe haber una almohada más por cada plaza de alojamiento y una manta más por cada cama. Estos elementos deben estar guardados en bolsas de plástico cerradas, pero de fácil apertura para el cliente, en el interior del armario.

2.- ACOGIDA Y ESTANCIA

2.1.- Protocolo de acogida.

El establecimiento definirá su protocolo de acogida para clientes, en el que se tratarán los siguientes aspectos:

- Reservas.
- Registro de entrada.
- Registro de salida.
- Atención al cliente.
- Tareas administrativas.

El protocolo básico a cumplir está definido en el Anexo I de esta Carta.

2.2.- Protocolo de estancia.

A fin de hacer la estancia lo más agradable posible al cliente, el establecimiento definirá e implantará un protocolo a seguir por todos los empleados en referencia a los siguientes temas:

- Mensajes.
- Llamadas despertador.
- Normas de cortesía.
- Puntualizaciones.

El protocolo básico a cumplir está definido en el Anexo I de esta carta.

2.3.- Atención al cliente.

En este indicador hacemos referencia a los servicios complementarios que presta el establecimiento al cliente. Dichos servicios son:

- Recepción y envío de correspondencia (mensajería, fax, etc.).
- Periódico gratuito (en recepción).
- En las habitaciones existirá un **Directorio de Servicios** del establecimiento, en el que se indique toda la información que sobre el establecimiento y su entorno pueda resultar de interés para el cliente durante su estancia.

3.- LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO

3.1.- Funcionamiento del departamento de pisos:

El horario de las camareras irá en función de la ocupación de cada establecimiento.

Lo primero que deben hacer las camareras de pisos al llegar por la mañana es hacer un repaso a todos los pasillos.

Cada camarera tendrá un número de habitaciones asignadas y el tiempo utilizado para la limpieza de las mismas irá en función de la cantidad de habitaciones asignadas.

Distribución de la jornada

- Instrucciones diarias al inicio de la jornada
- Limpieza de habitaciones y/o zonas comunes
- Descanso diario estipulado por el establecimiento
- La limpieza de zonas comunes en profundidad se hará siguiendo la política de cada establecimiento.

A las camareras le serán asignadas una zona o piso donde realizarán las rutinas de limpieza.

Se deberá evitar cualquier tipo de ruidos en la medida de lo posible.

La limpieza de habitaciones se realizará preferentemente durante el turno de mañana.

El personal de limpieza contará para cada planta con un carrito de limpieza con capacidad suficiente para contener todos los utensilios, materiales y productos de limpieza y reposición necesarios, así como los recambios de lencería. Las sábanas, toallas estarán en los offices de cada planta. Los carros se montarán diariamente en los offices y guardarán un orden y una estética.

3.2.- Control de habitaciones:

Este control se realiza para saber en todo momento el estado de ocupación del hotel, y saber de esta manera las habitaciones que están ocupadas, libres, bloqueadas o en reparación.

La gobernanta recogerá la hoja de control a primera hora de la mañana, junto con las hojas de distribución de las habitaciones por plantas que son asignadas a las camareras.

En la **«Hoja de Asignación de Habitaciones»** Ficha II, indica el estado de las habitaciones que le corresponde a cada camarera. Esta hoja se usa para planificar el trabajo del día y la distribución de las tareas.

Al finalizar su servicio, las camareras de pisos informan sobre el estado exacto de las habitaciones a través de la hoja de control que le ha sido entregada por la gobernanta a primera hora de la mañana, para planificar su trabajo. Anotan aquellas incidencias u observaciones que crean necesario comunicar a su responsable sobre el estado de las habitaciones una vez finalizado su servicio.

La gobernanta está en contacto con recepción para controlar los cambios que se vayan produciendo en el estado de las habitaciones.

Una vez finalice su turno, la gobernanta comprobará con recepción el estado definitivo de las habitaciones, en la que habrá añadido las modificaciones que se hayan producido en el campo de observaciones, apareciendo el estado definitivo de las habitaciones.

Recepción por su parte, debe responsabilizarse, desde la finalización del turno del servicio de limpieza hasta el día siguiente, y registrará todos los cambios que se hayan producido hasta la mañana del día siguiente, quedando recogidos en el sistema informático, apareciendo en la Hoja de Estado de Habitaciones que recibirá la gobernanta de nuevo al día siguiente.

Este control lo realizará la gobernanta, dos veces al día. La primera vez a primera hora de la mañana, en base al número de habitaciones ocupadas, libres, bloqueadas y de salida que reciba recepción, en base a ello la gobernanta organiza el trabajo y asignará las habitaciones a las camareras.

El establecimiento debe definir la rutina de limpieza:

- de las habitaciones.
- de habitación de salida y ocupada.
- de limpieza de cuarto de baño.
- de limpieza de zonas comunes del hotel.
- de limpieza de zona de recepción.
- de limpieza de zona de salas.
- Protocolo de comunicación y gestión del parte de averías.
- Protocolo de control de objetos olvidados.
- Protocolo del servicio de lencería.

4.- SERVICIO DE RESTAURACIÓN

4.1.- El establecimiento debe definir su procedimiento:

- De servicio de buffet y desayunos.
- De servicio de almuerzo o cena.

El procedimiento básico de este servicio está definido en el Anexo I de esa carta.

5.- SEGURIDAD

5.1.- Plan de Prevención de Riesgos laborales.

El hotel debe contar con una empresa externa homologada que realice el plan de Prevención de Riesgos Laborales y forme a sus trabajadores para saber actuar en caso de desalojo del Hotel.

5.2.- Planos indicativos.

En cada planta y en cada habitación habrá un plano indicativo de las salidas de emergencia, situación de los extintores y pasos a seguir en caso de desalojo del hotel.

6.- COMERCIALIZACIÓN

6.1.- Presencia en Internet.

El establecimiento debe contar con dominio propio. El diseño del mismo debe ser adecuado y mostrar parte de las instalaciones.

6.2.- Publicidad.

La empresa debe tener folletos publicitarios del hotel a fin de que los clientes los pueden llevar y facilitar a otras personas. Igualmente debe definir en que medios se va a publicitar cada año.

ANEXO I:
PROCEDIMIENTOS BÁSICOS PARA HOTELES

PROTOCOLO DE ACOGIDA

El presente procedimiento desarrolla los siguientes aspectos:

- **RESERVAS:** Clasificación de las reservas según su tipología, proceso de la toma de reservas, registro y archivo de reservas, toma de reservas específicas.

- **REGISTRO DE ENTRADA:** Atención al cliente, comprobación de la reserva, contrato de alojamiento, entrega de la llave de la habitación.

- **REGISTRO DE SALIDA:** Comprobación de datos, impresión de la factura, cobro de la factura, obtener información de la estancia del cliente, despedir al cliente.

- **TAREAS ADMINISTRATIVAS.**

Es responsabilidad de todos los componentes del departamento de recepción, el funcionamiento correcto de este manual en lo referente a la toma, confirmación, proceso, registro y archivo de las reservas que se tomen por las diferentes vías de reservas individuales. En las reservas de grupo, el encargado de recepción es el responsable de la toma y seguimiento.

RESERVAS

1- Tipología:

- Reservas individuales
- Reservas de grupos.

2.- Procedimiento de la toma de reservas individuales:

Siempre intentaremos realizar las reservas sobre papel, como se describe a continuación:

Para la toma de las reservas, se dispondrá en recepción de un impreso de toma de reserva, en donde se apuntaran todos los datos necesarios para tener toda la información posible, y que sea de fácil comprensión y consulta. A la hora de pedir los datos al cliente pediremos los datos de la reserva en el mismo orden, para evitar posibles olvidos de petición de datos, y facilitar a los clientes que hagan reservas de forma habitual, y que ya conocen el procedimiento. Estos datos los pediremos en el orden que sigue:

- Fecha de entrada
- Fecha de salida
- Nº y tipo de habitación/es
- Ofreceremos el precio de la habitación
- Nombre de cliente/s
- Nombre de la empresa/agencia del cliente/s
- Preguntaremos el régimen deseado
- Preguntaremos si el cliente desea habitación para fumadores o no fumadores
- Tomar nota de la persona que hace la reserva, así como de su nº de teléfono o fax
- Preguntar hora de llegada del cliente. Tomar como referencia siempre las 20:00 horas del día de llegada, y en caso de llegar más tarde, necesitamos confirmación por escrito *(fax)* por parte de la agencia/empresa, indicándolo. Asimismo, si la agencia manda el bono por fax, consideraremos la reserva como garantizada.

- Explicaremos la política de cancelación
- Si el hotel estuviera completo intentaremos ofrecer otra fecha al cliente u otro hotel que ostente la Marca de Calidad Territorial en la misma población o en la más cercana, caso de no haber disponibles en la misma.

3.- Registro de las reservas:

Las reservas que tomemos vía teléfono, o recibamos vía fax, serán procesadas en el ordenador por la misma persona o en el mismo turno en que se han realizado. Sólo en casos excepcionales se dejarán para otro turno.

4.- Archivo de las reservas:

En el caso de las reservas individuales, en cada turno se archivarán las reservas que se procesen, se tendrá dispuesto un archivador con subcarpetas colgantes, y en cada subcarpeta un número con el día del mes (de 1 a 31), que corresponderá al mes en curso y se archivarán por el día de entrada, tanto si es hoja de reserva como si es fax o carta.

Además tendremos otras 12 subcarpetas en donde tendremos los nombres de los meses del año, en las que archivaremos las reservas que nos hagan para meses venideros.

Así, cuando el turno de tarde vaya a revisar las reservas del día siguiente, tendrá toda la documentación junta en la misma subcarpeta.

En el caso de reservas de grupo se tratarán de la misma manera y se utilizará el mismo formato de carpetas.

5.- Cancelación de reservas:

Una vez la reserva haya sido anulada ofreceremos el número de cancelación al cliente.

Para finalizar la conversación comentaremos educadamente que si quieren realizar otra reserva no duden en llamar.

6.- Toma de reservas específicas:

Cada hotel tendrá definidas las habitaciones que tengan requerimientos específicos. Por ejemplo:

- Cama de matrimonio
- Habitaciones preparadas para minusválidos.
- Habitaciones comunicadas.
- Habitaciones superiores.
- Habitaciones no fumadores.
- Habitaciones triples.

Tendremos en cuenta todos estos requerimientos a la hora de tomar las reservas, ya que en algunos de ellos hay un número muy limitado de habitaciones. Estas especificaciones las reflejaremos en la hoja de reservas en el campo de Observaciones.

7.- Proceso de la toma de reserva para grupos:

La toma de reservas de grupo serán realizadas por el encargado de grupos. Por norma general se contestarán de inmediato, y con un plazo máximo de 24h en casos excepcionales.

Debido a que las peticiones de grupo varían de unas a otras no se usará un formulario específico de cotización, pero si se deberán seguir las siguientes pautas en los presupuestos:

- Nº de pax
- Fechas de entrada y salida
- Precio por pax en hab doble
- Precio suplemento doble uso
- Precio suplemento triple (en caso que proceda)
- Descuento niños
- Gratuidades, (cuántas y en qué tipo de habitación)
- Opción de la reserva.
- Fechas de depósitos, (en caso de que la agencia o empresa no tenga crédito).

Todas las cotizaciones de grupo deberán ser enviadas por fax.

REGISTRO DE ENTRADA

1.- Alcance y responsabilidades:

El presente procedimiento desarrolla los siguientes aspectos:

- Atención al cliente.
- Comprobación reserva
- Contrato de alojamiento
- Hacer entrega de la llave de la habitación

El recepcionista es responsable de

- Atender e informar al cliente
- Realizar el Registro de entrada

El personal de recepción revisará constantemente el hall y las zonas anexas a éste, las cuales deberán estar en perfectas condiciones de limpieza y orden. En el caso de que no esté en las condiciones requeridas el personal de recepción se encargará de ordenar todos los objetos de la misma (ceniceros, revistas,...) y/o de avisar a la camarera de pisos o la Gobernanta, para que revise la limpieza de la misma.

2.- Desarrollo del procedimiento para registros individuales:

A la hora de realizar los registros de entrada traspasaremos los datos de la reserva a la ficha del check-in, según el procedimiento que nos marque el sistema de gestión, en el caso de que el cliente tuviera la reserva previa, si no fuese así, se tomarán los datos directamente.

La ficha de registro tiene que tener el mayor número de datos del cliente, para que su ficha nos diga todo lo posible, y así poder dar a cada cliente lo que le gusta o solicita habitualmente, así como agilizamos el proceso de registro en las próximas estancias; pues si tenemos todos los datos, solo tendremos que dar a firmar el bienvenido

Si el cliente viene sin reserva o es la primera vez que se aloja en el hotel, le solicitaremos el DNI o pasaporte, para tomarle los datos y así rellenar el bienvenido, para que seguidamente lo firme. Le devolveremos al cliente el DNI o pasaporte al momento. Para la firma le ofreceremos un bolígrafo, a ser posible corporativo, y le damos una copia de la tarjeta de bienvenida al cliente.

En el dorso de la copia se informa sobre la ley de protección de datos, y con su firma, el cliente nos autoriza a utilizarlos.

En el bienvenido tendremos claramente definido la fecha de entrada y salida del cliente, nombre del cliente, forma de pago y la firma del cliente. El precio del servicio solo aparecerá si el pago es directo por parte del cliente. Con esto conseguimos que tanto el cliente como nosotros tengamos información correcta de la reserva.

Cuando el recepcionista conozca el nombre del cliente intentará utilizarlo como mínimo una vez. Durante la toma de datos confirmaremos la fecha de salida con el cliente y según la nueva ley ofreceremos una habitación de fumador o no fumador.

Una vez que ya le hemos hecho el proceso de check-in, y le hemos entregado la llave de la habitación al cliente, le diremos una frase de acogida y daremos una pequeña información de donde se encuentran parte de nuestras instalaciones y sus horarios (ascensores, cafetería-restaurante, etc) y nos pondremos a su disposición para cualquier información que requieran.

Todo este procedimiento arriba especificado, para hacerlo ágil, no debe exceder de cinco minutos por check-in.

3.- Desarrollo del procedimiento para registros de grupos:

En primer lugar se concreta con el guía del grupo la hora de llegada del mismo, para informar al botones.

Cuando coinciden varios grupos se busca apoyo en el departamento de recepción.

Se le da al guía la lista de habitaciones asignadas y éste junto con el botones marcan las maletas con las habitaciones asignadas.

Los botones suben las maletas a las habitaciones.

REGISTRO DE SALIDA

1.- Alcance y responsabilidades:

El procedimiento engloba el servicio de facturación, la obtención de información sobre el grado de satisfacción del cliente en relación a nuestros servicios y la despedida.

El recepcionista es responsable de efectuar el proceso de salida del cliente:

- Comprobación de datos.
- Impreso de la factura.
- Cobro de la factura.
- Obtener información de la estancia del cliente.
- Despedir al cliente.
- Cerrar la venta.

2.- Desarrollo del procedimiento para salidas:

Las salidas deben realizarse de la forma más rápida posible, para lo cual, la facturación y la información que tenga la recepción del cliente debe ser la correcta (datos del cliente, facturación y forma de pago). De esta forma, evitaremos abonos y alargar el tiempo de salida del cliente, que perjudica la imagen del hotel, y esperas innecesarias al resto de clientes que en ese momento pueden estar esperando para salir.

El recepcionista pedirá *el número de la habitación* del cliente que desea abandonar el hotel. Buscará en el ordenador la *cuenta de la habitación*. Acto seguido, buscaremos la *documentación en el casillero* con la que podremos comprobar que todos los cargos son correctos con lo acordado y la forma de pago de la factura.

Nos encontramos diferentes formas de pago, las más comunes son pago directo y bono agencia.

Si la factura es pago directo entregaremos la original al cliente para su revisión y abono. Al cerrar la factura especificaremos la forma de pago (efectivo, visa, talonarios, etc...). Nos quedaremos copia de la factura a la que adjuntaremos la documentación de la reserva. Si el pago ha sido con tarjeta de crédito guardaremos la factura y el original del comprobante de cargo de la tarjeta de crédito.

Si la factura es con bono de agencia, primero aparecerá la factura de extras que presentaremos al cliente para su cobro y ésta tendrá el mismo proceso que una factura de pago directo. Seguidamente, aparece la factura de agencia que no se dará a firmar al cliente y la guardaremos junto al bono y documentación para enviar a la agencia de viajes teniendo que cerrarlo a crédito.

En condiciones normales, este procedimiento no debe de exceder de los cinco minutos por salida efectuada.

TAREAS ADMINISTRATIVAS

CAJA

En la caja hay que tener perfectamente diferenciadas dos zonas la de contado y la de vales de caja; ambas se complementan, pero deben ir por separado.

En la parte de contado, deben estar perfectamente separadas y ordenadas las diferentes monedas y billetes, para tener una buena accesibilidad y además poder contarla con facilidad en cualquier momento.

1.- Desarrollo del procedimiento:

- Hacer arqueo de caja al final de cada turno.
- Cada turno hará su caja y sacará el dinero que haya cobrado.
- Sacar listado de facturas emitidas.
- Pedir consulta de totales en datáfono de tarjetas de crédito.
- Contar el efectivo.
- Cotejar totales con listado, teniendo en cuenta el fondo de caja.
- Meter en un sobre el contado cobrado. Si tuviéramos vales de caja la pasaremos como efectivo con el fin de mantener en la caja de recepción el mayor efectivo posible.
- Cerrar el sobre y firmar en la solapa del mismo por detrás haciéndose responsable de su contenido.
- Guardar el sobre en la caja de la recepción destinada a tal fin.

El libro de incidencias se tendrá dentro de la recepción, y en él se apuntarán a diario toda la información e incidencias ocurridas dentro de cada turno a fin de poder informar al siguiente recepcionista las novedades ocurridas en el hotel.

Una vez revisado el libro de incidencias, al inicio del turno se deberán introducir las iniciales del recepcionista al final de toda la información del día, y así saber en todo momento quién está informado y quién no de las novedades.

MENSAJES

1.- Desarrollo del procedimiento recepción de llamadas:

Las llamadas telefónicas se deberán atender según las Normas de Cortesía:

Contestar al teléfono introduciendo la siguiente frase: *"Hotel (nombre del Hotel), buenos días, le atiende (nombre del empleado)*.

Todas las llamadas deben ser atendidas en menos de *cuatro timbres*. Si transcurre este plazo y estamos ocupados con otro cliente contestaremos la llamada diciendo:

"Hotel (nombre del Hotel), buenos días, le atiende (nombre del empleado) un momento por favor". Cuando nos pongamos al teléfono de nuevo diremos *"Perdone la espera ¿En qué puedo ayudarle?"*

Cuando dejemos a alguien en espera haremos un seguimiento, informando que estamos atendiendo su petición. Habrá música y el tiempo de espera no excederá de 30 segundos.

Utilizar lenguaje sencillo fácil de entender y evitando palabras técnicas

Hablar en un tono y velocidad moderados, cambiando de tono cuando necesitemos dar énfasis a algún punto de la conversación para evitar la monotonía.

Estar informado de dónde se encuentran los responsables de cada departamento.

Utilizar el nombre del interlocutor.

2.- Desarrollo del procedimiento de recepción de mensaje del cliente por teléfono:

En caso de que la persona que efectúa la llamada desee dejar un mensaje, tomaremos nota del mismo en el impreso de llamadas, rellenando todos los datos, pues es la manera de que el cliente reciba el mensaje lo más completo posible; una vez cumplimentado el impreso, lo subiremos a la habitación y solo en caso de que no nos fuera posible lo dejaremos en el casillero, junto con la llave.

3.- Desarrollo del procedimiento de recepción de mensaje del cliente directamente en recepción:

Actuaremos de la misma forma que en el caso anterior, si el cliente quiere dejar el mensaje, le daremos la opción de rellenar nosotros el mensaje o en caso de que quiera realizarlo él personalmente le indicaremos los campos a rellenar, y por último, lo subiremos a la habitación.

4.- Desarrollo del procedimiento de recepción de mensaje del cliente en salas de reuniones, conferencias, convenciones, etc.:

Serán tomados de la misma manera, pero se designará un botones para entregar éstos a la persona, previamente definida; o para no interrumpir la reunión es necesario estar informado del horario de los “breaks» para así comunicarlo en este momento.

5.- Información:

Se mantendrá en recepción un listado actualizado con las extensiones de los diferentes departamentos, teléfonos de urgencia, información de códigos, para llamadas internacionales y el listín telefónico de la zona o provincia.

GESTIÓN DE RECEPCIÓN

Tiene que haber una persona responsable, para la gestión de cupos y el cierre de ventas a las centrales de reserva que tengamos contratadas, dando siempre preferencia a la nuestra y siendo está la última en cerrar. Es muy importante controlar muy bien el cierre apertura de cupos, para poder vender bien el hotel.

Al tomar la reserva, tenemos que tomar nota del mayor número de datos posibles para poder hacer una asignación de habitaciones que satisfaga a nuestros clientes habituales.

El primer turno en hacer la asignación de habitaciones es el de la mañana, que cogerá el listado de entradas previstas, y se ocupa de asignar todas aquellas habitaciones que sean susceptibles de algún montaje especial en el que tenga que intervenir el departamento de pisos, que trabaja por la mañana (camas extras, suites).

El resto de asignaciones las hará el turno de tarde, tomará en cuenta todas las observaciones que hayamos tomado en la reserva, y en un principio, asignará todas las reservas que tengamos garantizadas sin limite de hora, y en el resto de reservas sólo si tienen algún requisito especial (grupo de habitaciones, clientes muy habituales en el que conocemos sus gustos, o habitaciones que tengamos interés en ocuparlas las primeras). Siempre a la hora de asignar las habitaciones, tenemos que tener en cuenta, sobre todo en los días de baja ocupación, que tenderemos a concentrar a los clientes en el menor número de plantas posibles, pues así podremos ahorrar energía en las plantas no ocupadas, además de facilitar al departamento de pisos el mantenimiento de la limpieza de dichas plantas.

En el resto de reservas que no hayamos asignado, o los clientes que vengan sin reserva el procedimiento a seguir será el de *preguntarle al cliente por sus gustos, y asignarle una habitación dentro de lo que quede libre*, teniendo en cuenta lo antes expuesto de concentración de clientes en plantas ocupadas.

Otro requisito que tendremos en cuenta a la hora de asignar habitaciones *en días de alta ocupación, es el asignado de las reservas de largas estancias* (a partir de cinco días), sobre todo que pasen por días de baja ocupación, pues estas habitaciones son las que se suelen quedar diseminadas por el hotel, obligándonos a tener abierta una planta por una habitación.

Es necesario tener el control de la previsión de ocupación absoluta, para evitar problemas de over-booking, y en los departamentos del hotel que dependen del nivel de ocupación para prever el nº de empleados (pisos, cafetería-restaurante, mantenimiento v comercial), puedan dar el servicio sin ningún problema.

Asimismo, Recepción elabora una Previsión de Pensiones en la que se refleja las previsiones de desayunos, almuerzos y cenas a diez días vista, incluyendo los eventos previstos por el Departamento Comercial (salones, coffee breaks,...).

Esta previsión se hace diariamente con el fin de que los departamentos afectados puedan prever los medios que le serán necesarios para llevar a cabo el servicio satisfactoriamente.

El sistema de gestión informática del hotel nos deberá permitir controlar en todo momento **la previsión de ocupación.**

Se tendrán en recepción constantemente control de la situación de ocupación, cuando detectemos una situación de sobre ocupación para un día, automáticamente se pondrá en conocimiento del Jefe de Recepción, para que éste, como responsable del departamento, estudie la estrategia a seguir, dependiendo de la situación de ese día, si existen bloqueos de reservas, o si hay previsión de cancelaciones para ese día, y dará instrucciones para cerrar el cupo y no coger más, o si podemos filtrar alguna reserva más, indicará cuántas y siempre bajo su supervisión.

Ninguna persona de recepción tendrá potestad de modificar la situación de sobreocupación sin autorización del encargado de recepción, o Director.

En el caso de las reservas confirmadas hasta las 18:00 horas, como norma general, daremos un plazo extra de entre 30 y 60 minutos, para proceder a cancelar la reserva. A partir de ese momento podremos coger tantas reservas como cancelaciones hayamos realizado.

En el caso de reservas garantizadas sin limite de hora, si viéramos que es imposible acoplar a todos los clientes, **tendremos reservadas habitaciones en algún hotel de la zona dando preferencia a un hotel que ostente la Marca de Calidad Territorial, de similar categoría al nuestro, y respetaremos la forma de pago de nuestra reserva,** es decir, si es un pago directo, trataremos de conseguir en ese hotel la misma tarifa que tenemos nosotros, si fuera superior, nosotros nos haríamos cargo.

En el caso de que la reserva fuera a crédito de alguna empresa/agencia, nosotros nos haremos cargo de la factura, enviándole nosotros a su vez nuestra factura con la tarifa especificada para esa empresa/agencia en el momento de la reserva, y en el caso de haber diferencias en el precio, nosotros lo asumiremos.

Como norma, procederemos a desviar a los clientes directos antes que a los clientes de empresa/agencia, entendiendo que estos están más fidelizados que aquellos.

Tener en cuenta el precio de la reserva, para desviar si es posible, la reserva que pague menos.

Antes de desviar al cliente, trataremos de localizarle, si es posible, para comunicárselo, pedir disculpas y hacer seguimiento de ese cliente a fin de intentar no perderlo para próximas estancias. Si el cliente se presenta en el hotel y lo tenemos que desviar, le ofreceremos la posibilidad de hacernos cargo del taxi que le trasladará al otro hotel.

RELACIONES ENTRE RECEPCIÓN Y OTROS DEPARTAMENTOS

Recepción debe informar al resto de los departamentos, para la buena consecución del servicio y aseguramiento de la calidad. A continuación detallamos distintos departamentos y la comunicación que se debe mantener.

1.- DEPARTAMENTO DE PISOS

- Información de peticiones de clientes (por ejemplo, más toallas).
- Pedir información de habitaciones listas (limpias) o bloqueadas para actualizar el listado de asignación.
- En el caso de olvidos de objetos se debe disponer de toda la información necesaria y registrarla convenientemente y así poder informar correctamente al cliente cuando llame.
- Entregar el listado de ocupación a un mes vista.
- Entregar el listado de situación de habitaciones por planta.
- Recoger los partes de averías.

2.- RESTAURANTE

- Entregar previsión de pensiones a 10 días vista.
- Entregar previsión de pensiones del día.
- Entregar listado de clientes por habitación.
- Por la noche recoger la liquidación y consumos realizados.

3.- COCINA

- Entregar previsión de pensiones a 10 días vista.
- Después de confirmar con ellos el menú a ofrecer a los grupos, pasar por escrito la elección del mismo, así como los menús especiales.

4.- DEPARTAMENTO DE MANTENIMIENTO

- Entregar listado de situación de habitaciones por planta.
- Recoger partes de averías.

5.- DIRECCIÓN / ADMINISTRACION

- Entregar la hoja verde de la factura para el control del IVA.
- Entregar listado de facturación por tipo de cobro diario.
- Entregar resumen de caja (arqueo).
- Entregar la producción del día.
- Entregar listado de correcciones (diario).

LLAMADAS DESPERTADOR

1.- Desarrollo del procedimiento de llamadas despertador individuales:

Cuando un cliente solicite el servicio despertador se registrará de inmediato en la hoja destinada para tal.

A los clientes individuales se les intentará despertar personalmente y a los clientes VIP se les despertará personalmente.

El recepcionista le dará los buenos días en el idioma del cliente, siempre que sea posible.

"Buenos días Sr. ..... son las ..... horas"

Excepción: *si coinciden muchos clientes en la misma hora parte de ellos se despertaran mediante el ordenador, si se dispusiera de ese servicio, y a ser posible los clientes que no sean habituales.*

2.- Desarrollo del procedimiento de llamadas despertador para grupos:

Cuando el horario se haya concretado con el guía del grupo se registrará de inmediato en la hoja destinada para tal.

Excepción: *si hay alguna habitación que no quiere la hora destinada para el grupo se apunta en el registro como si fuese un individual.*

NORMAS DE CORTESÍA

Es necesario y de acuerdo con la cultura de Calidad ir creando, dentro de los hoteles pertenecientes a la Marca de Calidad Territorial, estableciendo, definiendo, implantando y desarrollando unas determinadas Normas de Actuación ante el cliente, juez único del nivel de servicio ofrecido, buscando por encima de todo SU FIDELIZACION.

La **CALIDAD** por lo tanto, es mucho más que un simple concepto teórico, debiendo ser entendida como algo unido al trabajo diario de cada uno, y en especial a las relaciones directas con los clientes, de los cuales vivimos y dependemos.

Cuando el cliente **único juez de la Calidad de Servicio,** perciba que lo que se le está dando corresponde con lo que espera (o lo supera), estaremos en el buen camino y empezaremos de verdad a distinguirnos de nuestros competidores.

Superar a la competencia no radica exclusivamente en el factor precio, sino en un conjunto de "pequeños detalles" que harán que el proceso de venta y atención tenga ese valor añadido "buscado y perseguido» por el cliente.

Es por ello que necesitamos disponer de unos estándares y normas de comportamiento que definan y concreten mejor el nivel de calidad ofrecido al cliente, haciendo de la misma una **estrategia diferenciadora de nuestra competencia.**

Es por ello, que a continuación definimos estas normas básicas y mínimas a seguir por todos los hoteles y hoteles apartamentos que ostenten la Marca de Calidad Territorial.

Normas de atención telefónica

Siempre intentaremos que no suene el teléfono más de cuatro tonos antes de coger la llamada. Al atender el teléfono, en las llamadas exteriores utilizaremos la siguiente fórmula: "HOTEL ..... , buenos días/tardes, le atiende (nombre del operador)", todo esto lo diremos lo más claro posible y procurando no coger demasiada velocidad, para que sea entendible lo que digamos.

Si el cliente que nos llama quiere hablar con alguien dentro del hotel (otro cliente, alguien del personal del hotel), le contestaremos “un momento, por favor, enseguida le paso”; y estaremos atentos para que en el caso de que no contesten, y nos devuelva la llamada a la centralita, no hagamos esperar a la persona que llama, que no sabe lo que está pasando; recuperando la llamada, y dándole siempre la posibilidad de dejar un mensaje, asegurando que el cliente lo recibirá en cuanto llegue.

Si el cliente llama para efectuar una reserva, trataremos siempre de desviar la llamada a una extensión de recepción que esté libre, para poder coger la reserva tranquilamente, sin interrupciones que molesten al cliente, además de dejar la operadora libre para recibir más llamadas.

Normas de cortesía en la tramitación de la reserva

Aparte de seguir paso a paso el procedimiento de toma de reserva, siempre pediremos los datos por favor, y comunicaremos, siempre, al cliente, el tipo de tarifa que se le va a aplicar. Así mismo preguntaremos por sus preferencias, teniendo en cuenta las posibilidades que tenemos de poder complacerle.

Bienvenida

En cuanto el cliente llegue a la zona del mostrador, enseguida le saludaremos, sin esperar a que lo haga él, dándole los buenos días/tardes, y preguntando “en qué podemos ayudarle”. Si estuviéramos hablando por teléfono, levantaremos la vista y dirigiremos un gesto de bienvenida, y si estuviéramos atendiendo a otro cliente, pediríamos permiso para la interrupción, le haremos el gesto de bienvenida al nuevo cliente, y le dejaremos en espera con un “perdón, enseguida le atiendo, disculpe las molestias”. En caso de que traiga equipaje, avisaremos al mozo para que le ayude. Nunca hay que atender al cliente sentado. Y utilizar una sonrisa como herramienta imprescindible de trabajo.

Toma de datos / Registro del cliente

Si el cliente viene a alojarse le pediremos (por favor) su documentación (DNI en caso de español, o pasaporte en caso de extranjero) y procederemos a rellenar la ficha de entrada, le volveremos a pedir por favor que la firme. En caso de varias llegadas simultáneas para no hacer esperar a los clientes se hará fotocopia del DNI y la ficha de entrada se rellenará posteriormente. Le entregaremos la llave y le indicaremos como llegar hasta la habitación, dónde está el ascensor, en qué planta está, cómo tiene que dejar la llave para tener luz en la habitación,… Si el cliente tiene equipaje, mandar al mozo que le ayude y le acompañe a la habitación, y si no lo tiene, preguntarle si quiere que le acompañemos.

Atención 24 horas

A la llegada del cliente, le informaremos que siempre que necesite algo puede llamar a recepción a cualquier hora del día o de la noche (o se le explicará el horario de recepción), pues siempre estaremos ahí para ayudarle, indicándole los diferentes números de extensión para posibles peticiones (recepción, Room-service)..

Siempre nos dirigiremos a los clientes, con el tratamiento “de usted”, independientemente que el cliente nos solicite el tuteo, o dicho cliente sea menor de edad que nosotros, es la forma de tener siempre un tratamiento adecuado de cara al cliente.

Clientes habituales

A los clientes habituales, a los que ya conocemos por venir varias veces, a la hora de dirigirnos a ellos, siempre utilizaremos *Sr. apellido*, junto con las fórmulas de cortesía antes definidas; pues a ellos les hará sentir que les tenemos en cuenta, y hace el servicio más personalizado.

Atención y seguimiento de la encuesta de satisfacción

La noche antes de la salida del cliente, le daremos desde la recepción un impreso de encuesta de satisfacción, indicándole al cliente lo importante de su opinión para poder darles un mejor servicio, así como informarle de la manera de dejar su cuestionario relleno en el lugar o persona establecidos, y pidiéndole por favor, una vez más, que lo rellene.

Para mayor eficacia, se revisan al inicio del turno de tarde las salidas previstas para el día siguiente y se dejan las encuestas de satisfacción en los casilleros correspondientes.

Cuando el Director tiene en su poder los cuestionarios respondidos, deberá escribir una carta de disculpa, al cliente que ha transmitido alguna queja.

Atención y seguimiento de quejas y reclamaciones

Es muy importante que tengamos el convencimiento que una queja tiene solución, pero un cliente insatisfecho si sale sin quejarse, se lo comunicará a 10 personas como mínimo, siendo la onda expansiva mucho peor.

Es fundamental tener un buen trato y gestión del problema para solucionarlo de la manera más eficaz posible. *En principio, siempre trataremos de sacar del mostrador de recepción al cliente que viene con una queja, si es presencial, acompañándole al hall o cafetería; y si fuera por teléfono pasar la llamada al back office para tener más confidencialidad.*

Siempre respetaremos la queja del cliente, y nos interesaremos por su problema. Nos comprometeremos en la solución, haciendo la gestión conjuntamente con el Jefe de Recepción e informando al cliente del seguimiento que se le va a dar. Trataremos de darle solución al problema lo antes posible. *Y siempre, en todos los casos, pediremos disculpas.* En cualquier caso se anotará en el Libro de Incidencias.

EPÍLOGO

Después de todo lo descrito anteriormente, se pueden establecer unos estándares de actuación ante el cliente, para conseguir dar ese **"trato especial"** que es el que consigue, teniendo en cuenta la competencia con la que nos encontramos, que se fidelicen los clientes, y quieran venir a los establecimientos certificados con la Marca de Calidad, porque se encuentran cómodos y reciben el trato esperado. A continuación expresamos un resumen de las normas básicas de cortesía.

Actitud hacia el cliente, Cálida, amistosa, sin reservas.

Decir «gracias y sonreír», Siempre.

Uso del nombre del cliente, Recordar el nombre del cliente.

Orientación al cliente, Sin reservas, dispuesto siempre **a** ayudar.

Tratar a los clientes como seres reales, mostrarse siempre agradable y amistoso.

Apariencia personal, ropa, Vestir adecuadamente y tener buena presencia.

Limpieza e higiene personal, Disponer de excelentes hábitos.

Capacidad para escuchar, Hacer preguntas adecuadas **y** prestar atención a las necesidades de los clientes.

Comunicación positiva con los clientes en el trato diario, Hacer cumplidos con sinceridad.

Actitud ante el cliente en lo que respecta a la carga de trabajo, dar **a** los clientes de forma continua y permanente, con placer y orgullo, más del mínimo requerido.

REQUISITOS PARA CASAS RURALES

Las normas de calidad de servicio definen los requisitos que deben cumplir las casas rurales para obtener y mantener el uso de la Marca de Calidad Territorial "CondadoJaén. Calidad Rural".

Estas normas se refieren tanto a las instalaciones y equipamientos como a los procesos de prestación de servicio.

La estructura de indicadores definida para evaluar la calidad del servicio en las casas rurales es la siguiente:

1.- Infraestructuras y equipamientos.

2.- Acogida y estancia.

3.- Limpieza y mantenimiento.

4.- Servicio de restauración.

5.- Seguridad.

6.- Comercialización.

1.- INFRAESTRUCTURAS Y EQUIPAMIENTO

1.1.- Climatización del establecimiento.

El establecimiento debe contar con un **sistema de refrigeración** en unidades de alojamiento y en zonas de uso común, entendiendo como tales, salón comedor y cocina.

El establecimiento debe contar con un **sistema de calefacción** en unidades de alojamiento (incluidos cuartos de baño) y en zonas de uso común, entendiendo como tales, vestíbulos, salón comedor, escaleras y pasillos.

1.2.- Internet.

El establecimiento hotelero debe ofrecer a sus clientes servicio de conexión a Internet. Se valorará para cada población.

1.3.- Equipamiento básico.

El mobiliario y la decoración deben crear un ambiente acogedor y agradable.

Los muebles deben reflejar las peculiaridades de la zona, debiendo ser, preferentemente, antiguos o imitación de muebles clásicos de la zona.

Todo el mobiliario como los elementos decorativos, incluyendo los textiles, debe estar en perfecto estado de uso.

La empresa solicitante de la Marca de Calidad se compromete a realizar la conservación del mobiliario, elementos decorativos y enseres. No pudiendo en ningún caso, tener en sus instalaciones mobiliario en mal estado, elementos decorativos rotos y claramente pegados, o enseres oxidados o en mal estado de conservación.

En los armarios de las habitaciones debe haber como mínimo 7 perchas diferenciadas para uso de chaquetones, pantalones y faldas.

En ningún caso los armarios deben oler a humedad, cerrado o antipolillas.

Los colchones de las camas se cambiarán cada diez años por otros nuevos de alto nivel de calidad, a fin de seguir las instrucciones de seguridad en prevención de lesiones de espalda.

Como complemento a la ropa de cama ya puesta para uso de los clientes en las habitaciones, debe haber una almohada más por cada plaza de alojamiento y una manta más por cada cama. Estos elementos deben estar guardados en bolsas de plástico cerradas, pero de fácil apertura para el cliente, en el interior del armario.

2.- ACOGIDA Y ESTANCIA

2.1.- Protocolo de acogida.

El establecimiento definirá su protocolo de acogida para clientes, en el que se tratarán los siguientes aspectos:

- Bienvenida.
- Recorrido por las instalaciones.
- Registro de entrada.

El protocolo básico a cumplir está definido en el Anexo I de esta carta.

2.2.- Protocolo de estancia.

A fin de solucionar cualquier problema al cliente durante su estancia, se establecerá el modo de contactar el cliente con la persona responsable de la casa rural.

3.- LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO

3.1.- Funcionamiento para cambio de cliente:

Cada vez que un cliente deje el alojamiento, se debe realizar una limpieza profunda de todas las instalaciones, de forma que quede en perfecto estado para poder recibir al siguiente. El protocolo a realizar, lo debe establecer cada establecimiento y comunicárselo a la persona encargada de realizar estas tareas.

3.2.- Funcionamiento para cliente alojado:

Si el cliente está alojado, se hará una limpieza diaria, rápida, de su habitación.

En el caso de que el alojamiento sea no compartido y se alquile la casa completa, se ofrecerá la posibilidad de realizar limpieza diaria. Si el cliente la solicita será un servicio que se cobrará aparte.

4.- SERVICIO DE RESTAURACIÓN

4.1.- El establecimiento debe definir su procedimiento:

- De desayunos. Este debe ir incluido en el precio de la habitación.
- Debe ofrecer posibilidad de dar servicio de cena, como mínimo.

5.- SEGURIDAD

5.1.-Planos indicativos

En cada planta y en cada habitación habrá un plano indicativo de las salidas de emergencia, situación de los extintores y pasos a seguir en caso de desalojo de la casa.

6.- COMERCIALIZACIÓN

6.1.- Presencia en Internet

El establecimiento debe contar con dominio propio. El diseño del mismo debe ser adecuado y mostrar parte de las instalaciones.

6.2.- Publicidad

La empresa debe tener folletos publicitarios del hotel a fin de que los clientes los pueden llevar y mostrar a otras personas. Igualmente debe definir en qué medios se va a publicitar cada año.

INDICADORES DE CALIDAD SOCIAL Y ECONÓMICA

INDICADORES DE CALIDAD SOCIAL

INTRODUCCIÓN

Entendemos por *calidad social*, la aplicación, por parte de la empresa, de políticas y prácticas relacionadas con las personas, tanto en el *interior*, como en el *exterior* de la organización, de manera que, voluntariamente, asume compromisos que van más allá de las obligaciones reglamentarias y convencionales, que deberían cumplir por ley.

Podremos afirmar, por tanto, que una empresa actúa de una manera socialmente responsable si tiene en cuenta los siguientes criterios:

- Las prácticas sociales se desarrollan de una forma voluntaria yendo más allá de la legalidad.
- Hay una interacción entre los interlocutores (comunicación, participación en el proyecto empresarial).
- Las preocupaciones sociales están integradas en las operaciones empresariales. No olvidemos destacar que, el objetivo principal de una empresa es generar beneficios, sin embargo, pueden contribuir al mismo tiempo al logro de los objetivos sociales integrando la responsabilidad social como inversión estratégica, en el núcleo de su estrategia empresarial, sus instrumentos de gestión y sus actividades. Es decir, hay que conseguir un equilibrio SOCIAL-ECONÓMICO, que permita a la empresa generar el flujo económico suficiente, para poder invertir en responsabilidad social.

Este documento contiene todos los indicadores de Calidad Social, definidos como normas a cumplir por las empresas que sean certificadas con la Marca de Calidad Territorial. Dichos indicadores, nos marcan el grado de compromiso que tiene la empresa con sus trabajadores y con su entorno más cercano.

Tal y como ya hemos comentado, para realizar una auditoria social, debemos realizarla desde los dos ámbitos relacionales que tiene la empresa con las personas que participan en ella:

- ÁMBITO INTERNO.
- ÁMBITO EXTERNO.

Es decir, tenemos indicadores de Calidad Social, referidos al ámbito interno de la empresa e indicadores de Calidad Social referidos al ámbito externo. Para su mejor comprensión, comenzamos exponiendo un breve resumen de todos ellos.

ÁMBITO INTERNO

1. **Política de no discriminación en función del género, edad, etnia, etc.**

   1.1.- Características de la contratación.
   1.2.- Retribución salarial.

2. **Política de mejora en los puestos de trabajo y adaptación al cambio.**

   2.1.- Formación del personal de la empresa.

3. **Política de Recursos Humanos.**

   3.1.- Permanencia de los empleados en la empresa.
   3.2.- Grado de satisfacción en el trabajo de los empleados.
   3.3.- Participación de los empleados en la marcha de la entidad.
   3.4.- Administración de personal y compensaciones.

4. **Política de Prevención de Riesgos laborales.**

   4.1.- Seguridad e higiene en el trabajo.

ÁMBITO EXTERNO

5. **Política de integración y colaboración con el entorno.**

   5.1.- Número de puestos de trabajo.
   5.2.- Colaboración con entidades o actividades culturales de la comarca.
   5.3.- Colaboración con ASODECO.

6. **Política de colaboración con socios comerciales.**

   6.1.- Pertenencia a alguna asociación empresarial.
   6.2.- Colaboración con empresas de la comarca.

7. **Política en relaciones con proveedores.**

   7.1.- Proveedores que cumplan la legalidad.
   7.2.- Cumplimiento de los contratos con proveedores.

8. **Política de relación con clientes.**

   8.1.- Evaluación periódica de la satisfacción de la clientela.
   8.2.- Cumplimiento de compromisos establecidos con clientes.
   8.3.- Compromiso de confidencialidad.

9. **Política de comunicación externa.**

   9.1.- Publicidad.
   9.2.- Presencia en Internet.

INDICADORES SOCIALES DE ÁMBITO INTERNO

1. Política de no discriminación en función del género, edad, etnia

Para valorar la política de no discriminación, la empresa deberá aportar documentación sobre los trabajadores que tiene contratados:

1.1. Características de la contratación: Se hará una indicación del número total de puestos de trabajo, con especificaciones de tipos de contrato realizados, distribuidos según tipología de riesgo. Es decir, se indicará el tipo de contrato realizado a las personas de más de 45 años, a las mujeres, a las minorías étnicas, a minusválidos, etc., a tal fin a la empresa se le proporcionará una ficha de control para que pueda reflejar dicha información. Esta hoja deberá ir acompañada de una fotocopia de los contratos de trabajo.

Se valorará la mejora continua en la contratación para la misma persona, es decir, un empleado empieza con un contrato en formación, pero el siguiente es a tiempo completo, según convenio, por tiempo determinado, el siguiente es de las mismas características pero con una retribución mayor, hasta llegar al contrato indefinido, con revisiones anuales salariales según el resultado de la evaluación del desempeño.

Para adquirir la Marca de Calidad Territorial se valorará:

El número de contratos indefinidos.

La evolución de las características de la contratación.

El número de puestos de trabajo para colectivos desfavorecidos.

Para realizar las valoraciones y cuantificaciones de este indicador, tendremos en cuenta tres tipos de empresas:

Empresas de nueva creación: (Primeros cinco años de ejercicio de actividad)

- No se exigirá la existencia de ningún contrato indefinido hasta su consolidación.
- Deberá presentar comparativas de las características de contratación entre el último año contable y año en curso. Adjuntando contratos de trabajo de cada uno de los trabajadores de la empresa.

Empresas consolidadas: (Más de cinco años ejerciendo la actividad)

- Deberá contar al menos con el 20% de la plantilla con contrato indefinido. En caso de que en el momento de solicitar la Marca no contara con este porcentaje, la empresa deberá definir la estrategia para alcanzarlo en el plazo de un año.

  Si el cumplimiento de este porcentaje no fuera posible la empresa debería aportar la documentación justificativa de tal hecho.
- Deberá contar al menos en su plantilla con el 25% de puestos de trabajo para colectivos desfavorecidos. En caso de no cumplir este porcentaje la empresa deberá definir una estrategia para lograrlo en el plazo de un año.

  Si el cumplimiento de este porcentaje no fuera posible, la empresa debería aportar la documentación justificativa de tal hecho.
- Deberá presentar comparativas de las características de contratación del último año contable y año en curso. Adjuntando los contratos de trabajo de cada trabajador.

Empresas familiares: (Todos los trabajadores de la empresa pertenecen a la familia)

- Todos los miembros de la familia que tengan un puesto de trabajo en la empresa, deben estar legalmente contratados y dados de alta en la Seguridad Social, en el régimen que indique la ley en cada caso.
- Se permitirán ayudas familiares, entendiendo por tales "ayudas al trabajo habitual de la empresa, por picos en la producción". En ningún caso se entenderá como ayuda familiar, trabajos cotidianos, y realizados a diario, con continuidad temporal.

1.2. Retribución Salarial: Se hará una indicación del número total de puestos de trabajo, con especificaciones de salarios de cada puesto, distribuidos según categorías. Es decir, se indicará el salario de cada contrato de Aux. administrativo, operario, director, etc., a tal fin a la empresa se le proporcionará una ficha control a fin de que pueda reflejar dicha información. Esta hoja deberá ir acompañada de una fotocopia de las nóminas de cada uno de los trabajadores de la empresa, TC1 y TC2.

Para adquirir la Marca de Calidad Territorial se valorará:

La mejora continua en la retribución salarial. Para ello tendremos en cuenta la evaluación del desempeño realizada a los trabajadores.

La retribución comparada respecto a convenio y la retribución para hombres y mujeres en el mismo puesto e igualdad de condiciones (antigüedad, trabajo, etc.).

Para realizar las valoraciones y cuantificaciones de este indicador, tendremos en cuenta los siguientes tipos de empresas:

Empresas de nueva creación: (Primeros cinco años de ejercicio de actividad)

- No se exigirá la remuneración superior a convenio hasta su consolidación.
- Deberá tener igualdad de remuneración entre todos los trabajadores con la misma categoría. En caso de que esto no ocurriera deberá justificar el porqué de este hecho.

  Para realizar esta comprobación, la empresa deberá presentar comparativas de los salarios del ultimo año contable y año en curso, agrupados por categorías y empleados, adjuntando a este listado las nóminas de cada uno de los trabajadores.

Empresas consolidadas: (Más de cinco años ejerciendo la actividad)

- Deberá contar al menos con el 10% de la plantilla con salario superior al de convenio. En caso de que en el momento de solicitar la Marca no contara con este porcentaje, la empresa deberá definir la estrategia para alcanzarlo en el plazo de un año.

  Si el cumplimiento de este porcentaje no fuera posible la empresa debería aportar la documentación justificativa de tal hecho.

- Deberá tener igualdad de remuneración entre todos los trabajadores con la misma categoría. En caso de que esto no ocurriera deberá justificar el porqué de este hecho.
- Anualmente deberá presentar la evaluación de cada trabajador y la subida salarial que le corresponde según dicha evaluación.
- Deberá presentar la evolución del salario para el mismo empleado, en el último año contable y año en curso.

Empresas familiares: (Todos los trabajadores de la empresa pertenecen a la familia)

- En este caso y al igual que el resto de las empresas, debe haber un porcentaje de la plantilla que tenga salario superior a convenio.

  En esta tipología de empresa, se abordará cada caso particularmente, ya que no podemos establecer una regla común a todas.

Una vez concedida la Marca de Calidad Territorial, la empresa deberá comunicar a sus empleados el hecho de que existirá una evaluación anual del desempeño, en qué consistirá la misma y que, según el resultado de dicha evaluación y los beneficios conseguidos, tendrán una subida salarial, porcentual con su salario.

La definición de los criterios de evaluación se realizará al inicio del ejercicio y se reflejará en el informe anual. En dicho informe debe existir una comparativa con el año anterior.

2. Política de mejora en los puestos de trabajo y adaptación al cambio

De todos es sabido que el capital humano de una empresa es uno de los factores básicos a tener en cuenta para el éxito de la misma. Contar, con un equipo de trabajo compuesto por personas formadas y satisfechas, asegura la calidad del trabajo. Es por esto, que este indicador pretende establecer un procedimiento de trabajo para conseguir el objetivo expresado en este párrafo.

2.1. Formación del personal de la empresa. Capacitación y desarrollo: Se hará una indicación de la formación realizada por cada uno de los trabajadores de la empresa para la mejora continua del desempeño en su puesto de trabajo y para la adaptación a los cambios tecnológicos que surgen, cada vez, con mayor rapidez. Es decir, se indicarán los cursos realizados por cada trabajador con indicación del objetivo a cumplir con la realización del mismo. A tal fin a la empresa se le proporcionará una ficha control para que pueda reflejar dicha información. Esta hoja deberá ir acompañada de una fotocopia del programa del curso, duración (nº de horas) y diploma acreditativo de haberlo realizado.

> **Para adquirir la Marca de Calidad Territorial se valorará la formación recibida por cada uno de los trabajadores y gerentes** de la empresa para conseguir un mejor desempeño en su trabajo y una mayor adaptabilidad a los cambios tecnológicos.
>
> **En este indicador, no tenemos en cuenta el tipo de empresa.** Cualquier empresa, debe reciclar a todo su personal, ya que, insistiendo en el tema, “contar con personal cualificado y formado ayuda a asegurar la calidad del trabajo realizado”.

Una vez concedida la Marca de Calidad Territorial, la empresa deberá definir anualmente un plan anual de formación consensuado con los empleados y ejecutarlo ese mismo año.

El plan de formación, su ejecución y los resultados del mismo deberán reflejarse en el balance social, con comparativa del año anterior.

3.- Política de Recursos Humanos

Cada empresa, define su propia política de Recursos Humanos. El fin último de ello es estimular las aptitudes y la motivación de todos los colaboradores de la empresa.

Todas las empresas certificadas con la Marca de Calidad Territorial, deben tener una línea común a seguir en este política. Esta línea, la evaluamos mediante la cuantificación de los siguientes subindicadores:

3.1.- Permanencia de los empleados en la empresa: Se hará una indicación del tiempo que cada empleado ha estado trabajando en la empresa y los motivos de la causa de la baja en la misma. A tal fin a la empresa se le proporcionará una ficha control para que pueda reflejar dicha información. Esta hoja deberá ir acompañada de una fotocopia de los TC2 y los contratos de cada trabajador.

> **Para adquirir la Marca de Calidad Territorial se valorará la MEDIA de permanencia de un empleado en la empresa.** Para calcular esta media inicial, tendremos en cuenta la antigüedad de los trabajadores actuales de la empresa y las bajas que haya habido en el año contable anterior al de la evaluación.

Una vez concedida la Marca de Calidad Territorial, la empresa deberá presentar informe anual de bajas y altas de contratación especificado por categorías y deberá mantener o aumentar la media de permanencia respecto del año anterior. En caso de que puntualmente, algún año, bajara esta media, deberá justificar este hecho.

Este informe, al igual que los anteriores, deberá expresar comparativa con el año anterior.

3.2. Grado de satisfacción en el trabajo de los empleados: Se indicará el grado de satisfacción que tienen los empleados por trabajar en esta empresa.

Para adquirir la Marca de Calidad Territorial se presentará un informe que refleje las encuestas pasadas a los empleados y su valoración. Cada empresa puede usar su propio cuestionario. A modo de guía incluimos en el Anexo I de estos indicadores un ejemplo.

Para la obtención de la Marca de Calidad, este indicador no debe presentar ningún valor concreto. La empresa debe firmar un compromiso de mejora contínua en este indicador.

Una vez concedida la Marca de Calidad Territorial, la empresa deberá presentar en el balance social el resultado de las encuestas pasadas a los trabajadores, con comparativa del año anterior. Al igual, que en el resto de los indicadores, siempre debe mantenerse o mejorar.

3.3. Información y participación de los trabajadores en la marcha de la entidad: Se hará una indicación de las reuniones realizadas con los trabajadores para tratar temas de interés para ellos y/o explicarles la evolución de la empresa. A tal fin a la empresa se le proporcionará una ficha control para que pueda reflejar dicha información.

Para adquirir la Marca de Calidad Territorial la empresa deberá presentar un informe con los medios que tiene establecidos para comunicarse con los empleados y el grado de consenso y participación de los empleados en las decisiones que les afectan. Igualmente, deberá presentar el planning de comunicación interna establecido para el año en curso.

Una vez concedida la Marca de Calidad Territorial, la empresa deberá presentar en el balance social el plan de comunicación interna que ha seguido ese año y tendrá que documentar todas las reuniones levantando acta de la misma. Este indicador no llevará comparativa con el año anterior.

3.4. Administración de personal y compensaciones: Las remuneraciones y beneficios de los trabajadores deben ser coherentes con el grado de responsabilidad asignado a cada puesto de trabajo y, con el desempeño y los resultados de cada colaborador. Por tanto, en este indicador valoraremos las previsiones que la empresa realiza con cada uno de sus trabajadores en referencia a su trayectoria profesional.

Para adquirir la Marca de Calidad Territorial, no es necesario que este indicador tenga un valor concreto, pero la empresa debe comprometerse a incluirlo en su política de Recursos Humanos.

Una vez concedida la Marca de Calidad Territorial, la empresa deberá presentar en el balance social las medidas adoptadas para la mejora de este indicador.

4.- Política de Prevención de Riesgos Laborales

4.1. Seguridad e higiene en el trabajo: La empresa deberá tener realizado su preceptivo plan de riesgos laborales.

Se valorará el hecho de tener especificado para cada puesto los riesgos del mismo y como evitarlos. En caso de que la empresa no tuviera estos informes, se le dará un plazo de tiempo no superior a 6 meses, para que pueda realizarlos.

El empresario se compromete a informar a cada nuevo trabajador de los riesgos de su puesto y se compromete a que todos las personas que trabajen en la empresa reciban la formación necesaria a fin de evitar riesgos.

Para conceder la Marca de Calidad Territorial se valorará:

La MEDIA en accidentes de trabajo que haya sufrido la empresa.

La formación que imparte a sus trabajadores para evitar riesgos.

Las inversiones que realice para mejorar las condiciones de trabajo.

Para adquirir la Marca de Calidad Territorial, la empresa deberá presentar el plan de prevención de riesgos laborales, el contrato firmado por entidad homologada para realizarlo y aquella documentación que exija la ley en este tema.

Una vez concedida la Marca de Calidad Territorial, la empresa deberá presentar en el balance social el informe preceptivo, las inversiones realizadas para mejorar las condiciones de trabajo, el informe de accidentes laborales, caso de que hayan ocurrido, y la formación impartida a los trabajadores con el fin de evitar riesgos.

INDICADORES SOCIALES DE ÁMBITO EXTERNO

5. Política de integración y colaboración con el entorno

5.1. Número de puestos de trabajo: Se indicará el número de puestos de trabajo que mantiene la empresa para residentes en la localidad y/o la comarca.

Se valorará la evolución y/o mantenimiento de puestos de trabajo. A tal fin la empresa deberá rellenar una ficha control para valorar la información. Dicha hoja deberá ir acompañada de una fotocopia de los TC2.

Para la concesión de la Marca se valorará el número de puestos totales creados y su posterior evolución:

Empresas de nueva creación: (Primeros cinco años de ejercicio de actividad)

- No se valorará este parámetro para la concesión.

Empresas consolidadas: (Más de cinco años ejerciendo la actividad)

- Se valorará la evolución del número de puestos de trabajo desde el inicio hasta la fecha de la evaluación.

- Se valorará el número de puestos de trabajo ocupados por residentes de la localidad y de la comarca donde se ubique el centro de trabajo de la empresa.

Empresas familiares: (Todos los trabajadores de la empresa pertenecen a la familia)

- Se valorará la evolución del número de puestos de trabajo desde el inicio hasta la fecha de la evaluación.
- Se valorará la continuidad de la empresa.

Una vez concedida la Marca de Calidad Territorial, la empresa deberá presentar en el balance social el gráfico de la evolución anual. Si la empresa es competitiva, siempre debe mantener o aumentar el número de puestos de trabajo.

5.2. Colaboración con entidades o actividades culturales de la comarca: La empresa deberá indicar el grado de compromiso que tiene con el desarrollo de la comarca.

Al solicitar la Marca deberá presentar un plan de colaboración para el año en curso. Es decir, deberá indicar si va a patrocinar algún equipo deportivo de la zona, colabora económicamente con alguna asociación cultural de la zona, etc.

Una vez concedida la Marca deberá presentar en el informe anual que las actividades programadas en esta área corresponden con las proyectadas en el informe anterior y planificar las del año siguiente.

5.3. Colaboración con ASODECO: La empresa deberá estar asociada a este organismo, e indicar el grado de compromiso que tiene con el desarrollo de la comarca.

Al solicitar la Marca deberá presentar un informe con indicación de los eventos (ferias, congresos, etc.) en los que ha participado, con especial indicación de los organizados por ASODECO.

Igualmente, deberá presentar el planning de la participación en estos eventos para el año en curso.

Una vez concedida la Marca deberá presentar en el informe anual, que las actividades programadas en esta área corresponden con las proyectadas en el informe anterior y planificar las del año siguiente.

6. Política de colaboración con socios comerciales

6.1. Pertenencia a alguna asociación empresarial: Se indicará si la empresa está integrada en una red empresarial, ya sea de la comarca o del sector.

Para la concesión de la Marca deberá presentar certificado de asociacionismo con alguna institución empresarial. En caso de que no pertenezca a ninguna, contará con un plazo de dos meses para asociarse a aquella entidad que resulte más interesante para la empresa.

Una vez concedida tendrá que continuar en la red empresarial e indicarlo en el informe anual, junto con las actividades realizadas por esta asociación en las que ha participado.

6.2. Colaboración con empresas de la comarca: Se indicará si la empresa trabaja con proveedores o distribuidores de la comarca con la Marca de Calidad otorgada o colabora a nivel comercial con otras empresas de su mismo sector.

Para la concesión de la Marca deberá presentar listado con el nombre de las empresas, con domicilio social o centro de trabajo en la comarca, que son proveedores o con las que colabora a nivel comercial. Deberá hacer referencia al porcentaje que supone, tanto en facturación como en nº de empresas, del total de empresas proveedoras o con las que colabora.

Para la concesión de la Marca, este indicador no debe tener un valor concreto, pero la empresa se compromete a formar parte de la red de colaboración, de empresas de la comarca que ostentan la Marca.

Una vez concedida incluirá el mismo listado de proveedores y el porcentaje en el balance social anual. Dicho porcentaje debe aumentar o mantenerse. En caso de que disminuya se justificará este hecho.

7. Política en relaciones con proveedores

7.1. Proveedores que cumplan la legalidad: Se indicará si la empresa se cerciora de que sus proveedores tengan los permisos pertinentes para ejercer la actividad. Por ejemplo en el sector agroalimentario que la empresa posea el sello de sanidad.

Para la concesión de la Marca deberá presentar listado de sus proveedores. En este listado se incluirán los más importantes, y se deberá detallar domicilio social, CIF, nº de registro sanitario y facturación realizada. A tal fin a la empresa se le proporcionará una ficha control para que pueda reflejar dicha información. Esta hoja deberá ir acompañada de una fotocopia de las facturas emitidas por los proveedores.

Una vez concedida incluirá el mismo listado de proveedores y el porcentaje en el balance social anual.

7.2. Cumplimiento de los contratos con proveedores: Se indicará si la empresa cumple con sus compromisos de pago a proveedores.

Para la concesión de la Marca deberá presentar declaración jurada de que se compromete a cumplir con todos los compromisos de pago adquiridos con sus proveedores.

Una vez concedida, anualmente la empresa debe indicar los compromisos que ha adquirido con cada proveedor (forma y tiempo de pago de cada entrega) y el cumplimiento o no de los mismos. Para comprobarlo la auditoria solicitará facturas y comprobantes del pago de las mismas emitidas por los proveedores.

8. Política en relaciones con clientes

8.1. Evaluación periódica de la satisfacción de la clientela: Se indicará si la empresa realiza encuestas periódicas a su clientela para conocer el grado de satisfacción de la misma.

Para la concesión de la Marca deberá presentar la última encuesta pasada y su resultado. En caso de que no tuviera ninguna, deberá realizarla en el plazo de un mes y presentar tanto la encuesta como el resultado para poder adquirir la Marca.

Una vez concedida tendrá que incluir en el informe anual la encuesta realizada ese año y su resultado, así como las medidas llevadas a cabo, respecto a la encuesta del año anterior, para mejorar el servicio de atención al cliente.

8.2. Cumplimiento de compromisos establecidos con clientes: Se indicará el grado de cumplimiento de la empresa con sus clientes. Por ejemplo la seriedad en la entrega de pedidos, mantenimiento de precios, ofertas sin letra pequeña, etc.

Para la concesión de la Marca deberá presentar declaración jurada del compromiso del cumplimiento de estos acuerdos. En caso de que haya realizado ofertas o descuentos a sus clientes, deberá especificarlos.

Una vez concedida tendrá que reflejar en el informe anual las medidas tomadas para cumplir con los compromisos establecidos y mostrar la publicidad, u ofertas, realizadas durante el ejercicio.

8.3. Compromiso de confidencialidad: La empresa se compromete a mantener la confidencialidad de los datos que aporte el cliente.

Para la concesión de la Marca deberá presentar declaración jurada del cumplimiento de la confidencialidad en el tratamiento de los datos.

Una vez concedida, deberá explicar en qué forma consigue mantener esa confidencialidad y qué medidas ha tomado para que los clientes, si así lo desean no aparezcan en su base de datos.

9. Política de comunicación externa

9.1. Publicidad: La empresa se compromete a presentar anualmente su plan de comunicación externa.

Para la concesión de la Marca deberá presentar el del año en curso.

Una vez concedida, deberá incluir en el informe anual dicho plan de comunicación.

9.2. Presencia en Internet: La empresa se compromete a tener presencia en Internet, bien sea directamente contratando su propio dominio o participando en algún portal del sector en el que se pueda publicitar.

Para la concesión de la Marca deberá presentar la página web en la que aparece. En caso de que no tenga presencia en Internet se le concederá el plazo de seis meses para cumplir este requisito.

Una vez concedida, deberá hacer mantenimiento anual de la página e incluirla en toda su cartelería.

INDICADORES DE CALIDAD ECONÓMICA

INTRODUCCIÓN

Debemos abordar la *calidad económica* desde dos perspectivas claramente complementarias:

- ÁMBITO FINANCIERO-CONTABLE: El fin último de una empresa es generar beneficios y rentabilizar el capital invertido.
- ÁMBITO SOSTENIBLE: la empresa debe ser duradera en el tiempo e integrar, de forma voluntaria, las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y, por tanto, en su balance económico.

Dentro del *ámbito sostenible*, la empresa debe medir indicadores socio-eficientes y eco-eficientes. Los indicadores socio-eficientes son aquellos que miden la relación entre unidad de valor de producto generado o servicio prestado, por unidad de recursos humanos, por ejemplo cuanto cuesta hacer un determinado producto en mano de obra, con una determinada calidad. En cuanto a los indicadores eco-eficientes, establecen la relación entre la unidad de valor de producto o servicio por unidad de impacto ambiental. Por ejemplo, unidades de energía consumidas por unidad de producto elaboradas, etc.

Luego, en este área intentaremos llegar a un equilibrio entre la parte financiero-contable y la sostenible, sin olvidar que el centro de gravedad de la empresa es la rentabilidad del capital y los indicadores deben reflejar adecuadamente esa realidad.

A continuación mostramos todos los indicadores de Calidad Económica, definidos como normas a cumplir por las empresas que sean certificadas con la Marca de Calidad Territorial. Para su mejor comprensión, comenzamos exponiendo un breve resumen de todos ellos.

ÁMBITO FINANCIERO-CONTABLE

10. **Política de crecimiento.**

    10.1.- Plan estratégico.

11. **Rentabilidad del capital y beneficios.**

    11.1.- Balances y ratios.

ÁMBITO SOSTENIBLE

12. **Desempeño económico en la zona.**

12.1.- Nº de empleos directos.
12.2.- Nº de empleos indirectos.

13. **Política de inversiones en I+D.**

13.1.- Inversiones anuales en investigación, desarrollo e innovación.

14. **Productividad del trabajo.**

14.1.- Cantidad de facturación por empleado.

15. **Política de inversiones en responsabilidad social interna.**

15.1.- Inversiones en mejoras salariales según beneficios obtenidos.
15.2.- Inversiones en mejoras sociales según beneficios obtenidos.
15.3.- Inversiones totales en formación para los empleados.
15.4.- Inversiones totales en programas de seguridad e higiene.
15.5.- Ratio inversión por empleado.

16. **Política de inversiones en responsabilidad social externa.**

16.1.- Inversiones realizadas en mejorar el entorno social, ambiental o cultural.

17. **Política de inversiones en reducción de impactos ambientales.**

17.1.- Inversiones totales en reducción de impactos ambientales negativos relacionados directamente con el proceso productivo.

18. **Política de contribución al estado.**

18.1.- Impuestos o contribución total que realiza la empresa al mantenimiento del país.

INDICADORES ECONÓMICOS DE ÁMBITO FINANCIERO-CONTABLE

10. Política de crecimiento

10.1. Plan estratégico: La empresa indicará cuáles son sus objetivos a corto y largo plazo y el plan estratégico para conseguirlos.

Como venimos repitiendo a lo largo de este documento, y particularmente en éste área, el fin último de la empresa es rentabilizar el capital y generar beneficios, y para ello es imprescindible contar con un plan estratégico en el que se detalle:

- Listado de productos con precios de coste, venta y margen bruto.
- Objetivos de la empresa a corto plazo (1 año) y a largo (5 años).
- Planificaciones presupuestarias.
- Inversiones a realizar para mantenimiento o mejora.
- Mercados a los que nos vamos a dirigir.
- Gastos fijos de la empresa.
- Previsiones de facturación y acciones a realizar para conseguirlo.

Para la concesión de la Marca, la empresa, deberá comprometerse a realizar este informe y presentarlo en plazo máximo de seis meses.

Una vez concedida, deberá incluir en el informe los objetivos a corto cumplidos, los pendientes y los nuevos a cumplir para el año siguiente. Deberá igualmente explicar las modificaciones para su plan estratégico y mostrar el acercamiento al cumplimiento de los objetivos a largo plazo.

La valoración de este indicador es independiente del tipo de empresa, ya que cualquier empresa debe contar con un plan estratégico de acción para asegurar su rentabilidad. Evidentemente, el plan estratégico estará adecuado al tamaño y características de cada empresa.

11. Rentabilidad del capital y beneficios

11.1. Balances y beneficios: La empresa aportará información sobre la rentabilidad del capital y beneficios obtenidos, que se mostrará a través de la cuenta de pérdidas y ganancias y el cálculo de determinados ratios.

Para la concesión de la Marca la empresa deberá presentar la siguiente documentación:

Empresas Individuales: (Autónomos)

- Declaración de la renta de las personas físicas.
- Libros de IVA.
- Libros de facturas.

Sociedades Mercantiles:

- Cuentas anuales registradas.
- Impuesto de Sociedades.
- Modelo 180, 190 y 390.

Sociedades Civiles:

- Declaración de la renta de los socios.
- Modelo 180,190,390.
- Libros de facturas.
- Balances de situación y pérdidas y ganancias, caso de que los tuviera.

Para la concesión de la Marca, este indicador no debe tener ningún valor concreto. Sólo pretendemos establecer la situación de partida.

Una vez concedida la Marca, y para cualquier tipo de empresa, ésta se compromete a llevar contabilidad oficial, aunque la ley no se lo exija. El llevar contabilidad facilita el control económico-financiero de la empresa ya que aporta información muy importante para este área.

INDICADORES ECONÓMICOS DE ÁMBITO SOSTENIBLE

12. Desempeño económico en la zona

12.1. Número de empleos directos: La empresa informará sobre el número de empleos directos que ofrece.

Para solicitar la Marca de Calidad, la empresa, deberá presentar un informe sobre el empleo directo que mantiene, es decir, número total de puestos de trabajo, especificando los ofertados el último año. En este informe deberá hacer referencia al nº de puestos de trabajo ocupados, por residentes en la localidad de ubicación del centro de trabajo, y por residentes en la comarca. Así mismo, deberá indicar el coste total (salario bruto + cuota patronal) que supone para la empresa el mantenimiento de estos puestos de trabajo. Para comprobar esta información, se utilizarán las nóminas, TC1 y TC2 que la empresa ha aportado para valorar el indicador de calidad social *1.2 retribución salarial*.

Una vez concedida, deberá incluir en el informe anual la evolución del número de puestos de trabajo mediante un gráfico explicativo. E igualmente, deberá incluir los costes totales salariales de los puestos de trabajo mantenidos.

12.2. Número de empleos indirectos: La empresa informará sobre el número de empleos indirectos que mantiene.

Para solicitar la Marca de Calidad, la empresa, deberá presentar un informe sobre el empleo indirecto que mantiene, es decir, número total de puestos de trabajo que genera la actividad, pero que por el tipo de trabajo a realizar no tienen relación laboral con la empresa, sino mercantil (Ej. Gestor). Deberá, además, incluir el coste total de esos servicios. Para la comprobación de esta documentación deberá presentar las facturas pagadas por estos servicios.

Una vez concedida, deberá incluir en el informe anual la evolución del número de puestos de trabajo mediante un gráfico explicativo.

13. Política de inversiones en I+D

13.1. Inversiones anuales en investigación, desarrollo e innovación: La empresa informará sobre su plan de inversiones anual para mantener, como mínimo, el nivel tecnológico que posea.

Para solicitar la Marca de Calidad, deberá presentar un informe sobre el nivel tecnológico de su empresa (maquinaria de que dispone, capacidad de los secaderos, capacidad máxima productiva, etc.), y si tiene contratos para realizar estudios de I+D en materias relacionadas con la mejora de su producción. El nivel tecnológico contiene los ámbitos productivo y administrativo (software de gestión, ADSL, características mínimas de los ordenadores, etc.). También debe incluir el coste de las inversiones realizadas, en este sentido, en el último año contable y del año en curso, hasta la fecha de la evaluación.

Para la concesión de la Marca, este parámetro no debe tener ningún valor concreto. Al igual que en otros muchos, se trata de establecer el nivel en que se encuentra la empresa. Entendemos que la cuantificación del parámetro va en relación directa al tamaño de la empresa, y así se tendrá en cuenta a la hora de la evaluación.

Una vez concedida, la empresa deberá incluir en su informe anual las inversiones realizadas, en mejora o mantenimiento del nivel tecnológico, en el año anterior, con cuantificación de su coste, así como las previstas y su cuantificación monetaria.

14. Productividad del trabajo

14.1 Cantidad de facturación por empleado: La empresa calculará este indicador económico haciendo la siguiente operación:

$$\frac{\text{Facturación total de la empresa}}{\text{Número de empleados}}$$

En principio, esto nos da una media aritmética. A partir de ella hay que realizar la productividad real de cada empleado. Esta productividad real, se empezará a calcular, por parte de las empresas que ostentan la Marca, a partir del tercer año de concesión.

Para la concesión de la Marca, este indicador no debe tener ningún valor concreto. Sólo marcaremos el punto de partida de la empresa.

Independientemente del tipo de empresa, todas deben calcular este indicador, ya que aunque sea con la media aritmética sabemos lo que cada empleado produce y lo que le cuesta a la empresa.

Una vez concedida, deberá incluir en el informe anual el valor de este indicador.

15. Política de inversiones en responsabilidad social interna

15.1. Mejoras salariales según beneficios obtenidos: La empresa indicará la cantidad total gastada, expresada en euros, en mejorar los salarios de los trabajadores y si existe alguna relación entre el aumento de beneficios y las citadas mejoras.

Para la concesión de la Marca de Calidad, deberá presentar un informe indicando los beneficios obtenidos y la subida salarial realizada para los empleados en el último año. Con esta relación se establecerá un ratio que se debe mantener o aumentar en los próximos años. Si el ratio es cero, la empresa deberá presentar una estrategia para establecer la relación entre aumento de beneficios y subida salarial.

Una vez concedida, deberá incluir en el informe anual la relación entre salario o ventajas sociales y beneficios obtenidos, así como la cantidad total invertida en mejorar los salarios.

15.2. Mejoras sociales según beneficios obtenidos: La empresa indicará la cantidad total gastada en bienes o servicios destinados a ofrecer mejoras sociales a los empleados y si existe alguna relación entre el aumento de beneficios y estas mejoras.

Para la concesión de la Marca, deberá presentar un informe indicando los beneficios obtenidos y las inversiones totales realizadas en otras ventajas sociales para los empleados. Este indicador no debe tener ningún valor concreto.

Una vez concedida, la empresa, deberá incluir en el informe anual la relación entre ventajas sociales y beneficios obtenidos, así como la cantidad total invertida en mejoras sociales para los trabajadores.

15.3. Inversiones totales en formación para los empleados: La empresa indicará la cantidad total gastada en cursos de formación para los empleados, con el objetivo de mejorar sus cualificaciones y que, por tanto, se adapten a los cambios en el puesto de trabajo.

Para solicitar la Marca de Calidad, deberá presentar un informe indicando la cantidad invertida en el último año en esta área. En caso de que la cantidad sea cero, deberá justificar este hecho.

Una vez concedida la Marca, la empresa, deberá incluir en el informe anual la cantidad total invertida en formación para sus trabajadores.

Independientemente del tipo de empresa, y el número de personas que trabajen en ella (incluidos socios trabajadores), se debe plantear un plan de formación continua que ayude a asegurar la calidad del trabajo realizado.

15.4. Inversiones totales en programas de seguridad e higiene: La empresa indicará la cantidad total gastada en programas de seguridad e higiene en el trabajo.

Para solicitar la Marca de Calidad, deberá presentar un informe indicando la cantidad invertida en el último año en esta área. En caso de que la cantidad sea cero, deberá justificar este hecho.

Una vez concedida la Marca, la empresa, deberá incluir en el informe anual la cantidad total invertida en prevenir y evitar riesgos en los puestos de trabajo.

15.5. Ratio inversión por empleado: La empresa indicará el ratio obtenido de realizar las siguientes operaciones:

Inversiones totales en calidad social interna =
Gastos en mejoras salariales + Gastos en ventajas sociales
+ Gastos en formación + Gastos en seguridad e higiene

$$\frac{\text{Inversiones totales en calidad social interna}}{\text{Número de trabajadores}}$$

Para solicitar la Marca de Calidad, deberá calcular este ratio y tomarlo como base de partida para las revisiones anuales. Si el ratio es cero, la empresa deberá presentar una estrategia para subir el valor de de este indicador en un año.

Una vez concedida, deberá incluir en el informe anual el valor del ratio y mostrar gráficamente su progresión con, al menos, un carácter retrospectivo de dos años (último año contable y año en curso).

16. Política de inversiones en responsabilidad social externa

16.1. Inversiones realizadas en mejorar el entorno social, ambiental o cultural: La empresa indicará los gastos en bienes y servicios que no tienen relación directa con el proceso productivo y cuya finalidad es contribuir a la mejora del entorno más cercano (social, cultural, ambiental).

Para la concesión de la Marca de Calidad, deberá presentar un informe indicando las cantidades gastadas en el último año en este indicador. Para facilitar el trabajo de la empresa, se proporcionará al solicitante de la Marca de Calidad, una ficha control para su cumplimentación. Dicha ficha deberá ir acompañada por facturas o ingresos bancarios realizados para tal fin.

Una vez concedida, deberá incluir en el informe anual las cantidades exactas gastadas en las actividades realizadas para mejorar el entorno social, cultural y ambiental más cercano.

17. Política de inversiones en reducción de impactos ambientales

17.1. Inversiones realizadas para reducir los impactos ambientales negativos: La empresa indicará los gastos en bienes y servicios, relacionados directamente con el proceso productivo, cuya finalidad es la reducción de los impactos ambientales negativos de la empresa, bien sea por reducción en el consumo de materias primas y energía, por un mejor manejo de la capacidad de regeneración de los recursos naturales o por reducción de emisiones contaminantes.

Para la concesión de la Marca de Calidad, deberá presentar un informe indicando las cantidades gastadas en el último año en este indicador. Para facilitar el trabajo de la empresa, se proporcionará al solicitante de la Marca de Calidad, una ficha control para su cumplimentación. Con esta ficha se aportarán las facturas justificativas del gasto.

Una vez concedida, deberá incluir en el informe anual las cantidades exactas gastadas en las actividades realizadas para reducir los impactos ambientales negativos provocados por el ejercicio de la actividad empresarial.

18. Política de contribución al estado

18.1. Impuestos o contribución total a las arcas del estado: La empresa indicará de qué manera contribuye con el mantenimiento del país.

Para la concesión de la Marca de Calidad, deberá presentar la declaración de la renta o impuesto de sociedades, así como una relación de todos los impuestos pagados y las cantidades correspondientes a cada uno de ellos.

Una vez concedida, deberá incluir en el informe anual la cantidad pagada en impuestos.

INDICADORES DE CALIDAD AMBIENTAL

INTRODUCCIÓN

Siguiendo la política de mejora constante, esencial en el Mercado actual, uno de los puntos primordiales es la creación de programas y servicios que promuevan la protección ambiental y la conservación de la naturaleza, por parte de aquellas entidades públicas y privadas que deseen hacer público su compromiso con el medio ambiente. El primer paso para conseguir este objetivo es el cumplimiento con la legislación medioambiental, pero este compromiso y los objetivos de la Asociación nos obliga a ponernos metas más ambiciosas que aseguren el Desarrollo Sostenible de la Comarca de El Condado.

Para conseguir este reto tomamos de referente el programa de Desarrollo de la Asociación para el Desarrollo Rural de la Comarca de El Condado, donde unimos un proceso de desarrollo económico, social y cultural con una gran dimensión humana y respetuosa con los recursos naturales, entendiendo así para el territorio un equilibrio dinámico sostenible entre el medio ambiente y las actividades humanas, armonioso y favorable para la salud de las personas.

El reto marcado es alcanzar la sostenibilidad entre el desarrollo socio económico de la comarca y la conservación del medio natural. El camino a recorrer, debe estar marcado por:

- Permitir la participación conjunta de todos los agentes implicados: administraciones públicas, empresariado y ciudadanos en general.
- Promover el análisis crítico de las actuaciones desarrolladas.
- Construir una identidad fundada en los valores medioambientales y culturales así como favorecer los intercambios.
- Establecer pliegos de condiciones con unas normas mínimas que permitan la identificación conjunta de las actividades.
- Marcar objetivos individuales que favorezcan la concreción y medición de las actuaciones desarrolladas.

- Concienciar a la población de la necesidad de establecer criterios de Saber-Hacer en el desarrollo de sus actividades.
- Establecer una metodología específica para la consecución de los objetivos medioambientales marcados.
- Fomentar actitudes empresariales que cumplan con especificaciones de las cartas de calidad.

Cualquier tipo de actividad realizada en un ambiente determinado, puede considerarse como un pequeño ecosistema, donde se producen una serie de entradas de recursos como aire, agua, energía y materias primas; y donde a parte de los productos o servicios realizados se producen salidas en forma de residuos y aguas residuales. Esta perspectiva ayuda a realizar una valoración integrada del funcionamiento de este mini-sistema y permite realizar actuaciones específicas de diseño de un ecosistema equilibrado y sostenible.

Este documento contiene todos los indicadores de Calidad Ambiental, definidos como normas a cumplir por las empresas que sean certificadas con la Marca de Calidad Territorial CondadoJaén. Calidad Rural. Dichos indicadores, nos marcan el grado de compromiso adquirido por la empresa con el medio ambiente y la interacción que sostiene con el mismo.

INDICADORES AMBIENTALES

RESUMEN INDICADORES DE CALIDAD AMBIENTAL

Consumo de agua
- Control de las fuentes de abastecimiento
- Reducción del consumo
- Mecanismos de reutilización implantados

Uso de materiales
- Uso racional de materiales
- Medidas de ahorro implantadas

Utilización de energía
- Reducción del uso de combustibles fósiles
- Utilización de energías limpias y renovables
- Utilización de energía solar
- Reducción del consumo

Contaminación atmosférica
- Contaminación acústica
- Contaminación lumínica
- Contaminación olorosa
- Contaminación físico – química

Integración en el entorno
- Elementos tradicionales
- Aprovechamiento sostenible

Evacuación de aguas residuales
- Permiso de evacuación
- Estado de la red de desagüe

Control Físico - Químico de las aguas residuales
- Calidad de las aguas residuales generadas

Gestión de residuos
- Tipos de residuos generados
- Separación y destino de residuos
- Cumplimiento de legislación para residuos especiales o RTP´s

Gestión ambiental
- Política y objetivos medioambientales
- Plan de mantenimiento

Consumo de agua

El agua es un recurso natural necesario para la vida de los seres vivos y un bien básico para el desarrollo equilibrado de la economía. El agua es un bien escaso, sobre todo en el ámbito geográfico en el que nos enmarcamos, el uso en muchos casos irracional que hacemos de este recurso y la contaminación que se está produciendo está determinando un deterioro de las cuencas hidrográficas y un aumento de la eutrofización de los embalses. El agua es necesaria en cualquier actividad, la utilización racional de los recursos naturales es uno de los puntos prioritarios de la política medioambiental de la Marca de Calidad Territorial.

• **Control de las fuentes de utilización**

La calidad del agua utilizada es un aspecto muy importante a tener en cuenta. Una utilización indebida de este recurso o una contaminación externa del agua utilizada podría suponer un riesgo importante para las personas o animales que entren en contacto con el agua contaminada.

- Potabilidad del agua utilizada

Presentación del documento acreditativo de suministro de agua potable junto con una descripción de la red de distribución y tomas de agua, ya que todas las utilizadas para consumo, para fines de fabricación, tratamiento, conservación o comercialización de productos destinados al consumo humano, así como las utilizadas para la limpieza de superficies, objetos y materiales que puedan estar en contacto con los alimentos tendrán que cumplir los criterios sanitarios de las aguas aptas para el consumo.

En caso de que existan depósitos de almacenamiento de agua, los productos de construcción deben ser los adecuados, deberán estar situados por encima del nivel de alcantarillado y totalmente cerrados y dispondrán de un desagüe que permita su vaciado total, limpieza y desinfección adecuada. Los depósitos deben de estar en circuito continuo, para que el agua no se estanque y exista una agitación continua.

Podrán excluirse de esta obligatoriedad las aguas destinadas a la producción de vapor, la extinción de incendios, la refrigeración, siempre que las tuberías estén bien diferenciadas de las del agua para consumo e impidan que esa agua pueda ser utilizada para otros fines o suponga riesgo de contaminación.

- Fuentes naturales

Presentación de autorización del uso de la fuente natural y del cumplimiento con lo dispuesto en la reglamentación correspondiente, para garantizar la calidad microbiológica del agua utilizada.

Anualmente la empresa deberá presentar los controles realizados periódicamente sobre el agua utilizada: presencia de cloro residual libre, examen microbiológico, examen físico químico, examen organoléptico, dependiendo de la actividad y las condiciones particulares del establecimiento.

Tabla valoraciones:

1: cumplimiento legislación

2: control inicial de los parámetros físico – químicos

3: realización periódica de controles de calidad del agua de suministro

4: establecimiento de controles automáticos de calidad de agua de consumo

5: control total del agua utilizada

• **Reducción del consumo**

El agua es un bien escaso, sobre todo en el ámbito geográfico en el que nos enmarcamos, el uso en muchos casos irracional que hacemos de este recurso está determinando un deterioro de las cuencas hidrográficas y una sobreexplotación de los acuíferos poniendo en peligro las reservas de agua disponibles para el futuro, sin olvidar el costo añadido que supone el derroche inútil de agua utilizada.

Existen en el mercado una gran variedad de mecanismos que favorecen la reducción del consumo de agua como por ejemplo los mecanismo de media carga de las cisternas, los reductores de presión de los grifos, temporalizadores, maquinaria de bajo consumo, etc...

- Mecanismos de ahorro utilizados

Presentación de una memoria con todas las medidas adoptadas tanto inicialmente como anualmente, con una valoración del ahorro realizado incluyendo valoración económica correspondiente al ahorro.

Volumen de ahorro en el consumo (€) =
Volumen utilizado sin medidas adoptadas - volumen utilizado con medidas adoptadas

$$\text{Medidas de ahorro adoptadas} = \frac{\text{Nº fuentes de utilización de ahorro}}{\text{Nº fuentes con utilización total de agua}} \text{ X } 100$$

Anualmente la empresa deberá marcarse nuevos objetivos ambientales en relación al ahorro del consumo del agua. Estos objetivos deberán ir encaminados a disminuir el volumen de agua utilizado así como aumentar el número y la calidad de las medidas de ahorro adoptadas de las fuentes de utilización. Presentando una valoración de los métodos utilizados para la reducción y los resultados obtenidos. En este apartado se valorará favorablemente aquellos mecanismos encaminados a la concienciación de los usos adecuados del recurso: carteles de concienciación, formación, actividades específicas, etc...

Tabla valoraciones:

1: sin medidas implantadas pero con consumos regulados

2: con medidas en al menos el 20 % de las fuentes

3: con medidas en al menos el 30% de las fuentes

4: con medidas en al menos el 50% de las fuentes

5: con medidas en al menos el 70% de las fuentes

- **Mecanismos de reutilización implantados**

Presentación de una memoria con los distintos mecanismos de reutilización adoptados tanto inicialmente como anualmente, con una valoración del ahorro realizado incluyendo valoración económica correspondiente al ahorro.

$$\text{Volumen de ahorro en el consumo (€)} = \text{Volumen utilizado sin reutilización - volumen utilizado con reutilización}$$

$$\text{Medidas de ahorro adoptadas} = \frac{\text{Nº fuentes con reutilización}}{\text{Nº fuentes con utilización de agua}} \text{ X } 100$$

Se valorará la implementación de mecanismos de reutilización, debiendo presentar un informe justificativo aquellas empresas que no implanten ningún mecanismo de reutilización en la empresa.

Tabla valoraciones:

1: cumplimiento legislación

2: reutilización de al menos el 5% del agua residual producida

3: reutilización de al menos el 20 % del agua residual producida

4: reutilización de al menos el 40 % del agua residual producida

5: reutilización de al menos el 70 % del agua residual producida

- Mejora continua

Anualmente la empresa deberá marcarse nuevos **objetivos** ambientales en relación al ahorro del consumo del agua. Estos objetivos deberán ir encaminados a disminuir el volumen de agua utilizado así como aumentar el número y la calidad de las medidas de ahorro adoptadas de las fuentes de utilización. Presentando una valoración de los métodos utilizados para la reducción y los resultados obtenidos. En este apartado se valorará favorablemente aquellos mecanismos encaminados a la **concienciación** de los usos adecuados del recurso: carteles de concienciación, formación, actividades específicas, etc...

Anualmente se presentará una valoración del consumo de agua por unidad de servicio, calculado de la siguiente manera:

$$\text{Consumo /unidad producto} = \frac{\text{Consumo trimestral de agua (m3)}}{\text{Usuario/comensal trimestral}}$$

$$\text{Consumo / días trabajo} = \frac{\text{Consumo trimestral de agua (m3)}}{\text{Nº días ocupados trimestre}}$$

Uso de materiales

- **Uso racional de materiales**

La actitud ahorrativa en el uso de materiales se materializa en:

- reducir nuestros desperdicios antes de comprar
- preguntarnos si realmente es necesario lo que vamos a comprar
- si es o no desechable
- si lo podemos reutilizar, rellenar o reciclar

Todo aquello que compramos y consumimos tiene una relación directa con lo que tiramos. Consumiendo racionalmente, evitando el derroche y usando solo lo indispensable, directamente colaboramos con el cuidado del ambiente.

Reutilizar consiste en darle la máxima utilidad a las cosas sin necesidad de destruirlas o deshacernos de ellas, ahorrando la energía que se hubiera destinado para hacer dicho producto.

La empresa evitará el uso de materiales contaminantes o materiales que produzcan un alto grado de contaminación durante su producción. De esta manera se valorará la utilización de materiales reciclados o ecológicos y aquellos producidos de forma responsable sin producir daños considerables sobre el medio.

A la hora de utilizar productos químicos en la empresa, se valorará el uso de productos de bajo poder contaminante y se presentará informe del proceso de elección de los productos, usos, fichas técnicas y fichas de seguridad de los mismos.

- **Medidas de ahorro implantadas**

Aunque es cierto que en cualquier empresa debe haber un stock suficiente para poder abastecer sus necesidades en cualquier momento, también es cierto que debemos de tener un sistema de rotación de stock adecuado para evitar remanentes en el almacén que pasado cierto tiempo deban de ser eliminados como residuos. Se valorará aquellas empresas que utilicen sistemas de rotación de stock.

Es importante la reducción en el origen, por lo que se valorará a las empresas que utilicen compras de materiales en envases para reciclar, a granel o en envases de gran capacidad.

Tabla valoraciones:

1: cumplimiento legislación

2: medidas de ahorro de al menos el 5% del total consumido

3: medidas de ahorro de al menos el 10 % del total consumido

4: medidas de ahorro de al menos el 15 % del total consumido

5: medidas de ahorro de al menos el 20 % del total consumido

Utilización de energía

La empresa deberá presentar un informe descriptivo de los distintos tipos de energía utilizada, cuáles son los distintos usos y cuáles son las cantidades estimadas utilizadas de cada una de ellas. Se valorará la utilización de energías renovables, de manera deberán de ir sustituyéndose los combustibles fósiles por energía eléctrica o energía solar.

- **Reducción del uso de combustibles fósiles**

Se agrupan bajo esta denominación el carbón, el petróleo y el gas natural, productos que por sus características químicas se emplean como combustibles. Constituyen un recurso natural no renovable.

Estos combustibles causan contaminación tanto al usarlos como al producirlos y transportarlos. Uno de los problemas más estudiados en la actualidad es el que surge de la inmensa cantidad de CO2 que estamos emitiendo a la atmósfera al quemar los combustibles fósiles. El uso de estos combustibles tiene un importante efecto invernadero y se podría estar provocando un calentamiento global de todo el planeta con cambios en el clima que podrían ser catastróficos. El consumo de energía procedente de los combustibles fósiles es responsable de grandes presiones ambientales (calentamiento global, acidificación, oxidación fotoquímica, etc.), por lo que el seguimiento de este consumo es un aspecto fundamental para la gestión del medio ambiente. También es el principal responsable del cambio climático y contribuye a otros problemas de contaminación atmosférica (acidificación y contaminación por ozono troposférico, calidad del aire, etc.). Además, también es responsable del consumo de una gran cantidad de recursos.

La empresa evitará el uso de combustibles fósiles en la medida de lo posible. Se realizará un estudio para la sustitución progresiva de este tipo de combustible. De no ser posible dicha sustitución se presentará un informe justificativo para su valoración. En cualquier caso, se optará por combustibles fósiles de bajo poder contaminante.

Tabla valoraciones:

1: cumplimiento legislación

2: reducción de combustibles de al menos el 10% del total consumido

3: reducción de combustibles de al menos el 50 % del total consumido

4: reducción de combustibles de al menos el 75 % del total consumido

5: reducción de combustibles del 100 % del total consumido

• **Utilización de energías limpias y renovables**

Como ventajas medioambientales importantes podemos destacar la **no emisión de gases contaminantes** como los resultantes de la combustión de combustibles fósiles, responsables del calentamiento global del planeta (CO_2) y de la lluvia ácida (SO_2 y NO_x) y la **no generación de residuos peligrosos** de difícil tratamiento y que suponen, durante generaciones, una amenaza para el medio ambiente.

La empresa crea un compromiso con la concesión de la Marca de Calidad Territorial, para fomentar el uso de energías limpias renovables. Realizando un informe de las distintas posibilidades de aplicación de energías limpias en su actividad. Se valorará la sustitución de fuentes de energías contaminantes por fuentes de energías limpias y renovables.

Tabla valoraciones:

1: utilización básica de energías limpias

2: utilización de al menos el 15% del total consumido

3: utilización de al menos el 50 % del total consumido

4: utilización de al menos el 75 % del total consumido

5: utilización del 100 % del total consumido

• **Utilización de energía solar**

La energía solar es un recurso que hoy en día está cada vez más al alcance de todos, tanto para la generación de energía eléctrica fotovoltaica como si hablamos de la generación de agua caliente sanitaria aún más utilizada en los últimos tiempos, especialmente si tenemos en cuenta las características de incidencia y las horas de luz de nuestro territorio.

Se valorará a las empresas de **nueva construcción** que instalen sistemas de generación de energía solar, presentando un informe justificativo de la no utilización de este sistema.

Se valorará a las empresas **consolidadas** teniendo que ser conscientes de la importancia de la utilización de energía solar, por lo que se realizará un estudio de la implantación de energía solar en cada caso y a partir de ahí se valorará la adecuación de esta medida. En caso de que la valoración sea positiva se dará un plazo de implantación del sistema de energía elegido, en caso de ser negativa se volverá a realizar un estudio transcurridos tres años.

Tabla valoraciones:

1: utilización básica

2: utilización de al menos el 5% del total consumido

3: utilización de al menos el 20 % del total consumido

4: utilización de al menos el 35 % del total consumido

5: utilización de al menos el 60 % del total consumido

• **Reducción del consumo**

Ahorrar energía es el camino más eficaz para reducir las emisiones contaminantes de CO_2 (dióxido de carbono) a la atmósfera, y por tanto detener el calentamiento global del planeta y el cambio climático. Es también el camino más sencillo y rápido para lograrlo. Por cada kilovatio/hora de electricidad que ahorremos, evitaremos la emisión de aproximadamente un kilogramo de CO_2 en la central térmica donde se quema carbón o petróleo para producir esa electricidad.

Además, ahorrar energía tiene otras ventajas adicionales para el medio ambiente, pues con ello evitamos lluvias ácidas, mareas negras, contaminación del aire, residuos radiactivos, riesgo de accidentes nucleares, destrucción de bosques, devastación de parajes naturales y desertificación.

Pero esas ventajas también alcanzan a nuestra economía, de forma que cambiar de hábitos o sustituir los aparatos por otros menos despilfarradores nos ahorra dinero; en algunos casos las alternativas pueden parecer más caras, pero lo que nos gastemos al principio lo recuperamos de manera más o menos rápida, pues habremos reducido el gasto en energía (factura de la luz, etc.).

Todas estas ventajas se traducen por sí mismas en una mejor calidad de vida, más aún si consumir menos energía va unido a la mejora de los servicios que ésta nos proporciona (luz, calor, movimiento...), es decir, se trata de mejorar la eficiencia energética. Así pondremos freno a la actual situación de despilfarro energético: en muchas ocasiones consumimos demasiada energía, que no necesitamos.

- <u>Medidas de ahorro</u>

Presentación de una memoria con todas las medidas adoptadas tanto inicialmente como anualmente, con una valoración del ahorro realizado incluyendo valoración económica correspondiente al ahorro.

Ahorro de energía en el consumo (Kw) =
Kw utilizados sin medidas adoptadas - Kw utilizados con medidas adoptadas

$$\text{Medidas de ahorro adoptadas} = \frac{\text{Nº tomas con medidas de ahorro}}{\text{Nº tomas energía total}} \text{ X } 100$$

Tabla valoraciones:

1: sin medidas implantadas pero con consumos regulados

2: con medidas en al menos el 20 % de las fuentes

3: con medidas en al menos el 30% de las fuentes

4: con medidas en al menos el 50% de las fuentes

5: con medidas en al menos el 70% de las fuentes

- Mejora continua

Anualmente la empresa deberá marcarse nuevos **objetivos** ambientales en relación al uso de la energía. Estos objetivos deberán ir encaminados a disminuir el volumen de energía utilizado. Presentando una **valoración** de los métodos utilizados para la reducción y los resultados obtenidos, así como una memoria con una valoración aproximada de la evolución del consumo de energía utilizado. En este apartado se valorará favorablemente aquellos mecanismos de arquitectura solar pasiva, que favorecen la reducción en el consumo como por ejemplo la instalación de doble acristalamiento, revisión del estado del tejado y estructura, disposición de las zonas de trabajo, tipo de iluminación utilizada, etc...

Anualmente se presentará una valoración del consumo de energía por unidad de servicio, calculado de la siguiente manera:

$$\text{Consumo /unidad producto} = \frac{\text{Consumo trimestral de energía (Kw)}}{\text{Usuario/comensal trimestre}}$$

$$\text{Consumo / días trabajo} = \frac{\text{Consumo trimestral de energía (Kw)}}{\text{Nº días ocupación}}$$

Contaminación atmosférica

• **Contaminación acústica**

- Control de ruido (interior y exterior)

El ruido se puede definir como un sonido molesto que puede producir efectos fisiológicos y psicológicos, no deseados, en una persona o grupo. El ruido aparece en toda actividad física y, es consecuencia de perturbaciones elásticas o vibraciones de los cuerpos que lo rodean y que son transmitidas y propagadas por el medio ambiente. Los niveles de ruido se calcularán en base a los máximos permitidos por actividad y zona de ubicación.

- Emisión de ruido

La empresa deberá realizar al menos al inicio del proceso de concesión, un control del ruido interno y ruido emitido al exterior en caso de existir indicios de alteraciones considerables del ambiente por este motivo. Presentando el documento acreditativo de la realización de dichos controles. Los Resultados aceptables se considerarán a aquellos que estén alejados de los límites máximos permitidos.

Una vez obtenida la Marca de Calidad Territorial la empresa deberá de realizar seguimientos de los valores de ruido y vibraciones emitidos con una periodicidad máxima de tres años, si existe indicios de que las emisiones pueden superar los máximos permitidos.

Tabla valoraciones:

1: cumplimiento legislación

2: realización de estudio acústico

3: realización de mediciones acústicas

4: implantación de medidas de reducción del ruido

5: eliminación de ruido

• **Contaminación lumínica**

La contaminación lumínica produce que el exceso de luz, los reflejos de la luz artificial en los gases y partículas de la atmósfera no permitan reconocer la estructura del cielo, hecho que diminuye la calidad de vida de las personas que viven o se encuentran en un ambiente contaminado. Una mayor iluminación no significa una iluminación mejor, al contrario la utilización de un alumbrado de

mayor potencia en muchos casos produce sombras y zonas de contraste que empeoran la calidad de la iluminación y facilitan la aparición de escondrijos y zonas oscuras. No se deberán exceder los límites máximos establecidos para luz exterior.

Se valorará a las empresas que optimicen el sistema de iluminación tanto interno como externo, es decir con la intensidad y en número que las actividades desarrolladas necesiten. Se comunicará mediante informe las modificaciones que se produjeran en cuanto al número y tipo de iluminación en años posteriores a la obtención de la Marca de Calidad Territorial.

Tabla valoraciones:

1: cumplimiento legislación

2: reducción de emisiones lumínicas en un 20%

3: reducción de emisiones lumínicas en un 50%

4: reducción de emisiones lumínicas en un 75%

5: eliminación de emisiones lumínicas

- **Contaminación olorosa**

Para la valoración de la contaminación olorosa la empresa deberá presentar los resultados de los controles realizados para la medición de emisiones, si existen indicios de la emisión de los mismos. Si los resultados de estos controles son superiores o cercanos a los parámetros establecidos por ley, la empresa se deberá dotar de filtros de olores u otras medidas para la reducción de emisión.

Se valorará la disminución progresiva de emisión de olores por debajo de los valores establecidos mediante la disposición de filtros específicos. Deberá presentar las fichas del fabricante de los filtros utilizados. Este control de emisión mediante análisis deberá de ser revisado ante el indicio de modificaciones de las emisiones o con una temporalidad máxima de tres años.

Tabla valoraciones:

1: cumplimiento legislación

2: reducción de emisiones olorosas en un 20%

3: reducción de emisiones olorosas en un 50%

4: reducción de emisiones olorosas en un 75%

5: eliminación de emisiones olorosas

• **Contaminación físico-química**

Se entiende por **contaminación atmosférica** la presencia en el aire de sustancias y formas de energía que alteran la calidad del mismo, de modo que implique riesgos, daño o molestia grave para las personas y bienes de cualquier naturaleza. De la definición anterior, se desprende que el que una sustancia sea considerada contaminante o no dependerá de los efectos que produzca sobre sus receptores. Se consideran **contaminantes** aquellas sustancias que pueden dar lugar a riesgo o daño, para las personas o bienes en determinadas circunstancias.

Los principales focos de contaminación atmosférica de origen antropogénico son las chimeneas de las instalaciones de combustión para generación de calor y energía eléctrica, los tubos de escape de los vehículos automóviles y los procesos industriales.

Se realiza un control de los parámetros físico-químicos emitidos a la atmósfera por las distintas fuentes de emisiones. De manera que para valores superiores o cercanos a los límites establecidos, se dispondrán filtros adecuados que reduzcan la emisiones de contaminantes a la atmósfera.

La empresa deberá aportar el certificado emitido por un laboratorio de medición, con los contaminantes emitidos a la atmósfera. No se podrán exceder los límites establecidos por la legislación en ningún caso.

Se valorará a las empresas que dispongan de filtros que reduzcan la cantidad de emisiones a la atmósfera. Deberá presentar las fichas del fabricante de los filtros utilizados.

Anualmente la empresa deberá de reflejar en el informe final o declaración final de buenas prácticas medioambientales adoptadas en relación a la disminución de contaminación atmosférica. El control de emisión atmosférica se realizará con una temporalidad máxima de tres años, si existen indicios de emisiones por encima de los límites establecidos.

Si el cumplimiento de este parámetro no pudiera cumplirse o no es aplicable, la empresa deberá justificarlo adecuadamente.

Tabla valoraciones:

1: cumplimiento legislación

2: reducción de emisiones atmosféricas en un 20%

3: reducción de emisiones atmosféricas un 50%

4: reducción de emisiones atmosféricas en un 75%

5: eliminación de emisiones atmosféricas

Integración en el entorno

• **Elementos tradicionales**

Hay que valorar en este apartado no sólo el entorno paisajístico sino cómo la empresa se integra en el conjunto de ese entorno: disposición de vegetación perimetral, disminución del impacto visual, etc... Además se valorará la incorporación, mantenimiento y/o restauración de los elementos arquitectónicos tradicionales.

Tabla valoraciones:

1: Adecuación al entorno

2: Incorporación de elementos tradicionales de al menos un 25%

3: Incorporación de elementos tradicionales de al menos un 50%

4: Incorporación de elementos tradicionales de al menos un 75%

5: Incorporación de elementos tradicionales de al menos un 100%

• **Aprovechamiento sostenible**

Presentación de una memoria justificativa de la actividad, el porqué es necesaria la actividad, informe de viabilidad, utilización de recursos del entorno y si es tradicional.

Se valorarán las actividades desarrolladas para la preservación y protección sostenible del medio donde se desarrolla la actividad.

Tabla valoraciones:

1: Cumplimiento de legislación

2: Tradicionalidad de la actividad en el territorio

3. Respeto por el entorno

4. Utilización de materiales y/o productos ecológicos

5. Certificación medioambiental de sostenibilidad

Evacuación de aguas residuales

Son las aguas usadas que, procedentes de la instalación de servicios industriales, se evacuan por las instalaciones públicas de saneamiento a los distintos medios receptores, diluidas o no, con cualquier agua subterránea, superficial o pluvial que se le haya incorporado.

Los núcleos urbanos, la industria, la ganadería… todas las actividades humanas utilizan el agua, pero una parte importante se mezcla con otras sustancias, generando un residuo que debe ser tratado. Antiguamente, cuando la densidad de población era muy baja, las aguas residuales eran devueltas directamente a sus cauces. Pero entonces no existía la amplia gama de productos químicos que nos acompañan actualmente, como detergentes, disolventes, pinturas, suero y el río podía depurar de manera natural los vertidos que le llegaban.

Actualmente, tanto la cantidad como la calidad de las aguas residuales que generamos hacen imposible que el propio río las depure, debemos tratarlas previamente para reducir su carga contaminante, o al menos conocer cual es la carga de agentes extraños que poseen. Son muy variadas las sustancias que contaminan el agua, por ejemplo: en el caso de las granjas los contaminantes son residuos orgánicos, en los núcleos urbanos pequeños se añaden detergentes y grasas, en los más grandes metales pesados y las aguas residuales industriales pueden contener una amplia gama de sustancias.

- **Permiso de evacuación**

Si la empresa está en **casco urbano:** presentará el permiso de adhesión a la red de saneamiento público.

Si la empresa está **fuera de casco urbano:** presentación de la autorización de una fosa séptica autorizada. O en su caso, presentación de la adhesión a la red de saneamiento fuera del casco urbano si consigue el permiso correspondiente de la empresa gestora de la red.

No se permitirá la existencia de pozos o zanjas no autorizados que permitan la filtración de las aguas hasta ríos o arroyos

Tabla valoraciones:

1: cumplimiento legislación

2: presentación de documentación acreditativa pago cánones de vertido

3: reducción de emisiones en un 10%

4: reducción emisiones en un 20%

5: reducción emisiones en un 30%

- **Estado de la red de desagüe**

La empresa deberá de mantener un buen estado de la red de desagüe, en primer lugar para evitar vertidos accidentales innecesarios y en segundo lugar para poder controlar la cantidad de agua residual vertida al exterior de las instalaciones.

Por lo que la empresa deberá de realizar una **revisión anual** del estado de la red de desagüe, y en su caso solventar lo antes posible las posibles irregularidades encontradas en el transcurso de la revisión. Esta revisión debe estar debidamente notificada por profesional de fontanería.

Tabla valoraciones:

1: cumplimiento legislación

2: buen estado red de desagüe

3: certificado buen estado red de desagüe

4: plan emergencia en caso de vertidos accidentales

5: depósito intermedio de filtrado o depuradora de aguas residuales

Control Físico – Químico de las aguas residuales

Medida de prevención de la contaminación del suelo y del medio ambiente por superar los parámetros físico-químicos permitidos en vertidos de aguas residuales. Se realizará especial atención a los establecimientos que produzcan aguas residuales, capaces por su toxicidad o por su composición química y bacteriológica de contaminar las aguas profundas o superficiales.

Los parámetros que definen la calidad de las aguas tienen valores distintos según el uso a que se destina esa agua. Los parámetros utilizados son principalmente: físicos, químicos (inorgánicos y orgánicos) y microbiológicos. Los parámetros físicos dan

información de las determinadas características del agua: pH, sólidos en suspensión, temperatura, color, olor, pero no son índices absolutos de contaminación.

Los parámetros químicos son los más importantes para definir la calidad del agua: aniones, cationes, metales, demanda bioquímica del agua, carbono orgánico, demanda química de oxigeno, aceites, grasas, detergentes y otros.

Los parámetros microbiológicos comprenden tanto los parámetros bacterianos como los demás organismos vegetales o animales susceptibles de estar presentes en el agua.

• **Calidad de las aguas residuales generadas**

Presentación de un informe con la descripción general del proceso, las composición de las materias utilizadas y que son eliminadas por la red de desagüe y resultados de analíticas realizadas del agua residual en actividades de riesgo (valores permitidos / valores reales).

Se valorarán las empresas que emitan menos contaminación al medio (debido a la naturaleza de la actividad o a los mecanismos de control establecidos) y siempre y cuando no superen los límites legales establecidos por la legislación.

Tabla valoraciones:

1: cumplimiento legislación

2: informe materias emitidas con composición

3: analítica inicial de emisiones

4: analítica periódica de emisiones

5: disposición de depuradora de aguas residuales y control total de emisiones

- Mejora continua

Anualmente la empresa deberá marcarse unos objetivos a cumplir en cuanto a disminución de contaminación por aguas residuales, encaminados principalmente a disminuir los valores de emisión. Presentando una valoración de los métodos utilizados para la reducción y los resultados obtenidos.

Gestión de residuos

El desarrollo tecnológico de los procesos conlleva el aumento de la generación de residuos. Residuos cuya situación actual muestran en muchos casos un marco normativo poco eficaz, ausencia de métodos de control e inspección de las comunidades autónomas, práctica inexistencia de un marco de apoyo a la introducción de energías limpias, ausencia de coordinación entre las actuaciones de los diversos departamentos sectoriales y un escaso conocimiento sobre la materia a nivel ciudadano. De esta manera somos los generadores de residuos, los encargados de describir e implantar políticas de tratamientos adecuados y reducción progresiva de generación.

La normativa vigente sobre residuos establece la obligatoriedad de recoger y gestionar adecuadamente todos los residuos que se generan en la sociedad. De igual forma define además las competencias y responsabilidades de cada uno de los agentes que intervienen en la adecuada gestión de los mismos.

- **Tipos de residuos generados**

Presentación de un informe donde se describan los tipos de residuos generados, así como del lugar de generación y destino previsto. Se realizará una valoración de las empresas que emitan residuos de menor poder contaminante y persistencia en el medio. Así como aquellas que utilicen productos reciclados.

Tabla valoraciones:

1: cumplimiento legislación

2: informe tipos de residuos generados

3: generación de residuos con menor poder contaminante

4: minimización en origen de al menos el 20% de materiales utilizados

5: plan de gestión de residuos

- **Separación y destino de residuos**

Se dispondrán contenedores específicos para la separación de los distintos tipos de residuos generados. Los contenedores deberán estar dispuestos en lugares apropiados, deberán de ser de distinto color o disponer de distintivos del tipo de contenido. Los residuos se llevarán a los distintos contenedores de almacenamiento dispuestos por el servicio de recogida. En caso de no cumplir con este parámetro

deberán de presentar un informe justificativo de la carencia de servicio de recogida selectiva de residuos en el municipio para su valoración.

Presentación del contrato de la empresa encargada de la recogida de basura en caso de estar en casco urbano. Para empresas fuera de casco urbano y fuera del ámbito de actuación de la empresa encargada de la recogida de basuras se presentará un compromiso firmado de eliminación de residuos en zonas destinadas para tal fin y nunca en vertederos incontrolados.

Tabla valoraciones:

1: cumplimiento legislación

2: separación de al menos el 50% de los residuos generados

3: separación del 100% de los residuos generados

4: estudio destino final de los residuos

5: plan de gestión de residuos

• **Cumplimiento de legislación para residuos especiales o RTP´s**

En el caso de empresas que generen residuos especiales como por ejemplo aceites, grasas, Residuos Tóxicos y Peligrosos, o despojos animales deberán de presentar el contrato de la empresa autorizada contratada para su recogida y gestión. En caso de no optar por la contratación de un gestor autorizado para la retirada de estos residuos especiales, se presentarán las alegaciones pertinentes para la valoración de eximir a la empresa del cumplimiento de este requisito.

Tabla valoraciones:

1: cumplimiento legislación

2: separación de residuos especiales

3: eliminación adecuada por empresa autorizada

4: control de emisión de residuos especiales

5: reducción en origen

- <u>Mejora continua</u>

Anualmente la empresa deberá marcarse nuevos **objetivos** ambientales en relación a la gestión de los residuos generados. Estos objetivos deberán ir encaminados a disminuir el volumen residuos generados. Presentando una **valoración** de los métodos utilizados para la reducción y los resultados obtenidos, así como una

memoria con una valoración aproximada de la cantidad de residuos producidos en ese año y su destino.

En este apartado se valorará favorablemente aquellos mecanismos encaminados a la reutilización de materias, gestión de stock, control de proveedores, gestión de compras, etc...

Gestión ambiental

La gestión ambiental abarca una gama completa de materias que incluyen la protección del entorno y de los recursos y la producción limpia.

Un sistema como el exigido en el presente documento hace posible que la organización establezca y evalúe la eficacia de los procedimientos para establecer políticas y objetivos ambientales, obtener la conformidad con ellos y demostrar esta conformidad a otros, con la ventaja que muchos de los requisitos se pueden tratar o ejecutar simultáneamente o revisar en cualquier momento. El objetivo general de esta norma es respaldar la protección ambiental y prevenir la contaminación de forma armónica con las necesidades socio-económicas.

- **Política y objetivos medioambientales**

Presentación de una serie de objetivos y metas medioambientales a alcanzar. Anualmente se presentará una memoria de actuaciones llevadas a cabo para la consecución de los objetivos del año anterior, así como los nuevos objetivos para el año siguiente.

Tabla valoraciones:

1: compromiso adquirido Marca de Calidad

2: establecimiento política ambiental básica

3: establecimiento objetivos ambientales básicos

4: seguimiento objetivos

5: establecimiento política y objetivos ambientales sólidos

• **Plan de mantenimiento**

Realización de un plan de mantenimiento preventivo y correctivo de la maquinaria, vehículos, red de saneamiento y abastecimiento, red eléctrica e instalaciones.

Tabla valoraciones:

1: compromiso adquirido con la Marca de Calidad Territorial

2: plan de mantenimiento correctivo controlado

3: plan de mantenimiento preventivo básico

4: plan de mantenimiento preventivo completo

5: plan de evacuación en caso de accidentes

- Mejora continua

Las empresas deberán de tener identificados al inicio al menos el 50% de los procesos y/o servicios, y presentar la valoración del impacto producido en cada uno de ellos.

Anualmente se presentará una memoria con un resumen de los indicadores, las medidas propuestas para cada uno de ellos, y las medidas adoptadas en cada caso. Valorando la consecución de las medidas realizadas y estableciendo nuevas medidas a desarrollar para el ejercicio siguiente.

Tabla valoraciones:

1: compromiso adquirido con la Marca de Calidad Territorial

2: evaluación de impacto de al menos 50% procesos

3: evaluación impacto del 100% de procesos

4: diseño de plan de mejora para los impactos detectados

5: implantación sistema de mejora continua