

Desarrollo del Plan de Economía Circular del Sector Turístico en Guadalajara



Servicio de Implementación de Economía Circular.
DG Economía Circular.
Junta de Comunidades de Castilla La Mancha

| | |
|---|-----------------------------------|
| 1 | Contexto estratégico |
| 2 | La economía circular y el turismo |
| 3 | Análisis y Diagnóstico |
| 4 | Formulación estratégica |
| 5 | Proyectos de Economía Circular |



DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA DE TRABAJO Y FUENTES DE INFORMACIÓN CONSULTADAS

METODOLOGÍA DE TRABAJO

- **Revisión documental, estudios e informes**, de fuentes públicas y privadas, documentación aportada por el cliente y conocimiento propio: *inventarios turísticos, planes estratégicos, observatorios turísticos, estudios de mercado, perfiles de turistas y excursionistas, etc.*
- **Entrevistas con los agentes clave** dentro del territorio asociados al producto para conocer el pulso del sector turístico público y privado: gestores públicos y empresarios.
- **Trabajo de gabinete** para la definición estratégica y la posterior elaboración del plan de acción.

FUENTES TRANSVERSALES

- A lo largo del proyecto se han consultado diferentes informes y estudios relativos a la sostenibilidad, la economía circular y el turismo, publicados por distintas fuentes:
 - Informes de Naciones Unidas
 - Informes de la OMT
 - Informes de la Unión Europea
 - Informes del Gobierno de España
 - Informes de la Junta de Comunidades de Castilla y La Mancha.
 - Instituto Nacional de Estadística (INE).
 - Informes de ObservaTUR
 - Medios de comunicación especializados
 - Medios de comunicación generalistas.

ACTORES CLAVE DEL TERRITORIO

- En la fase de análisis del territorio, hemos llevado a cabo reuniones y entrevistas con los diversos actores del territorio para conocer su opinión respecto a diversos aspectos clave:
 - Alcaldes y representantes municipales.
 - Representantes de Grupos Acción Local.
 - Técnicos de Oficinas de Turismo
 - Empresarios de servicios turísticos.
 - Asociaciones
 - Centros de interpretación
 - Parques y espacios naturales



MAPA DE LA ZONA DE ACTUACIÓN

ZONA SIGÜENZA/SIERRA NORTE

Municipio turístico de referencia: Sigüenza

Zona de Actuación: Serranía (Palazuelos, Atienza, Cantalojas, Galbe de Sorbe)-Arquitectura Negra-Parque Natural Sierra Norte (Cogolludo, Tamajón, Campillo de Ranas, Majaelrayo, Valverde de los Arroyos)



ZONA MOLINA DE ARAGÓN/ALTO TAJO

Municipio turístico de referencia: Molina de Aragón

Zona de Actuación: Parque Natural Alto Tajo-Geoparque de la Comarca de Molina - Alto Tajo (Peralejos de las Truchas, Checa, Orea, Poveda de la Sierra, Zaorejas, Ocentejo)

1

Contexto estratégico

Punto de partida



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y ECONOMÍA CIRCULAR

- En septiembre de 2015 la Asamblea General de Naciones Unidas aprobó la **Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible**, que consiste en una hoja de ruta con los **17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** y los 169 hitos a lograr en el horizonte del año 2030. Esta agenda responde a la necesidad internacional de disponer de un marco consensuado para abordar los retos globales de la humanidad.
- En este contexto, la **economía circular es una palanca clave para alcanzar los ODS. La Agenda 2030 exige cambiar el modelo actual de producción y consumo** hacia una economía circular. Existe por tanto un estrecho vínculo entre el desarrollo de una economía circular y el cumplimiento de los ODS. En este sentido, cabe destacar que el desarrollo de actuaciones en materia de economía circular impactar directamente de numerosos ODS, y además es importante tener en cuenta que estos objetivos son indivisibles y están profundamente interconectados entre sí, de manera que el progreso en uno de ellos lleva al progreso de otros.
- **El ODS 12 persigue conseguir una producción y consumo responsables** para lograr un crecimiento económico sostenible mediante un uso eficiente del agua y otros recursos naturales compartidos, e insta a las industrias, los negocios y los consumidores a reciclar y reducir los desechos. Pero también existen otros **ODS que se verán impactados de manera positiva** con el cambio de modelo económico, como el ODS 6 (agua limpia y saneamiento), ODS 9 (industria, innovación e infraestructura), ODS 11 (ciudades y comunidades sostenibles), ODS 13 (acción por el clima), ODS 14 (vida submarina), ODS 15 (vida de ecosistemas terrestres) y ODS 17 (alianzas para lograr los objetivos).



LOS ODS Y LA AGENDA 2030 DE NACIONES UNIDAS



Relación directa ODS-Economía Circular: **Objetivos 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15 y 17.**

Relación indirecta ODS-Economía Circular: **Objetivos 1, 2, 10 y 16.**



PACTO VERDE EUROPEO Y PLAN DE ACCION PARA LA ECONOMÍA CIRCULAR

- **En marzo de 2020 la Comisión Europea adoptó el Plan de Acción para la Economía Circular**, uno de los principales **elementos del Pacto Verde Europeo**, que es el nuevo programa de Europa en favor del crecimiento sostenible. Con medidas a lo largo de todo el ciclo de vida de los productos, el nuevo Plan de acción tiene por objeto adaptar nuestra economía a un futuro ecológico y reforzar nuestra competitividad, protegiendo al mismo tiempo el medio ambiente y confiriendo nuevos derechos a los consumidores.
- **Los El Plan se centra en el diseño y la producción** con vistas a una economía circular, con el objetivo de **asegurar que los recursos utilizados se mantengan en la economía de la Unión Europea durante el mayor tiempo posible**. Este Plan para la economía circular consta de diferentes medidas para:
 - Hacer que los productos sostenibles sean la norma en la Unión Europea, siendo más fáciles de reutilizar, reparar y reciclar y que incorporen en la medida de lo posible material reciclado en lugar de materias primas primarias
 - Empoderar a los consumidores a través de proporcionarles información fidedigna que les apoye a tomar decisiones más sostenibles desde el punto de vista del medio ambiente.
 - Centrarse en los sectores que utilizan más recursos y que tienen un elevado potencial de circularidad (Electrónica y TIC, Baterías y vehículos, Envases y embalajes, Plásticos, Productos textiles, Construcción y vivienda, y Alimentos).
 - Garantizar que se produzcan menos residuos, tratando de evitar los residuos en primer lugar y de transformarlos en recursos secundarios de alta calidad que se integren en un eficiente mercado de materias primas secundarias.
- **Según la Comisión Europea, una economía circular reduce la presión sobre los recursos naturales y es una condición previa para alcanzar el objetivo de neutralidad climática para 2050** y atajar la pérdida de biodiversidad. La mitad de las emisiones totales de gases de efecto invernadero y más del 90 % de la pérdida de biodiversidad y el estrés hídrico se deben a la extracción y al tratamiento de los recursos. La economía circular arrojará beneficios netos en términos de crecimiento del PIB y creación de empleo, ya que la aplicación de las ambiciosas medidas de la economía circular en Europa podría aumentar el PIB de la UE en un 0,5 % adicional de aquí a 2030 y crear alrededor de 700.000 nuevos puestos de trabajo.



LA ESTRATEGIA ESPAÑOLA DE ECONOMÍA CIRCULAR (EEEC)

- La Estrategia Española de Economía Circular (EEEC) “**España Circular 2030**” sienta las bases para impulsar un **nuevo modelo de producción y consumo** en el que el valor de productos, materiales y recursos se mantengan en la economía durante el mayor tiempo posible, en la que se reduzcan al mínimo la generación de residuos y se aprovechen con el mayor alcance posible los que no se pueden evitar. La Estrategia contribuye así a los esfuerzos de España por lograr una economía sostenible, descarbonizada, eficiente en el uso de los recursos y competitiva.
- **La Estrategia establece unas orientaciones estratégicas** a modo de decálogo y se marca una serie de objetivos cuantitativos a alcanzar par el año 2030:
 - Reducir en un 30% el consumo nacional de materiales en relación con el PIB, tomando como año de referencia el 2010.
 - Reducir la generación de residuos un 15% respecto de lo generado en 2010.
 - Reducir la generación residuos de alimentos en toda cadena alimentaria: 50% de reducción per cápita a nivel de hogar y consumo minorista y un 20% en las cadenas de producción y suministro a partir del año 2020.
 - Incrementar la reutilización y preparación para la reutilización hasta llegar al 10% de los residuos municipales generados.
 - Mejorar un 10% la eficiencia en el uso del agua.
 - Reducir la emisión de gases de efecto invernadero por debajo de los 10 millones de toneladas de CO2 equivalente.
- **Según La EEEC identifica seis sectores prioritarios** de actividad en los que incorporar este reto para una España circular: sector de la construcción, agroalimentario, pesquero y forestal, industrial, bienes de consumo, **turismo** y textil y confección.

2

Economía Circular y el Turismo

Redefiniendo el sector turístico

UNA VISIÓN GLOBAL DE LA ECONOMÍA CIRCULAR Y SU RELACION CON EL TURISMO

OPORTUNIDAD

- El **contexto actual de pandemia supone una oportunidad** para reflexionar acerca del modelo turístico del futuro.
- Según la OMT, la crisis ha supuesto un golpe letal al **statu quo turístico**, una combinación de **megatendencias** en la oferta y la demanda, como la **digitalización**, la **presión turística**, **emisiones de gases de efecto invernadero**, **repercusiones ambientales y sociales** o exigencias normativas ponen en entredicho el actual modelo de crecimiento lineal del sector.

INDUSTRIA

- El **sector turístico guarda una estrecha relación con los recursos**, las cadenas de valor de activos y productos básicos fundamentales en la sociedad, desde la agricultura hasta la alimentación, pasando por el urbanismo y los transportes, por citar algunos ejemplos.
- Los **agentes del sector turismo pueden desempeñar una poderosa función de facilitadores de circularidad** al objeto de sacar provecho de la creación de valor circular compartido y obtener beneficio dentro de las cadenas de valor.

RECONSTRUCCIÓN

- El informe “**Circular Economy in Travel and Tourism**” pone de manifiesto que la **crisis actual está poniendo patas arriba nuestros modelos socioeconómicos y estilos de vida**. el crecimiento de las desigualdades, la pérdida de biodiversidad mundial y la crisis climática son algunos de los retos más urgentes.
- Por tanto, **construir una resiliencia económica y ecológica es más que nunca de fundamental importancia**, y el **turismo tiene un papel fundamental** en el proceso de recuperación económica como una de las industrias globales más grandes antes de la pandemia.

TENDENCIAS

- El **turista cada vez está más concienciado** de sus consumos y **valora las implicaciones medioambientales, sociales y económicas de sus viajes**. Las empresas a su vez, ponen en marcha políticas para reducir residuos, apuestan por energías renovables, calculan la huella de carbono de su actividad, su compensación y procuran mejorar su impacto en las comunidades locales siendo más transparentes con su información de la gestión.
- Las **entidades y administraciones públicas también están poniendo el foco en la sostenibilidad, reorientando su propuesta de valor**, y tratando de poner en marcha **soluciones en materia de economía circular** en colaboración con los agentes del destino, entre otras medidas.



ESTRATEGIA DE TURISMO SOSTENIBLE 2030

- El objetivo de esta Estrategia es sentar las bases de la transformación del turismo español hacia un modelo de crecimiento sostenible, que permita mantener su posición de liderazgo mundial. El nuevo modelo, estará apoyado en la mejora de la capacidad competitiva y rentabilidad de la industria, en los valores naturales y culturales diferenciales de los destinos, y en la distribución equitativa de los beneficios y las cargas del turismo.
- La Estrategia propone un modelo de crecimiento turístico para los próximos años basado en los siguientes principios:
 - Crecimiento socio económico, para lo que se deberá trabajar en favor de la competitividad y rentabilidad del sector, apostando por la calidad y acelerando el proceso de transformación digital.
 - Preservación de los valores naturales y culturales, partiendo de la base que la conservación de nuestro extenso patrimonio cultural y natural es un objetivo prioritario.
 - Beneficio social, para conseguir un reparto de los beneficios del sector, y afrontar retos como la despoblación del medio rural en España.
 - Participación y gobernanza, vertebrando mecanismos de gobernanza participativa entre el Estado y las Administraciones competentes a todos los niveles.
 - Adaptación permanente, dado que no se trata sólo de buscar la calidad y la mejora, sino también de posibilitar que el sector tenga capacidad de respuesta frente al nuevo entorno de cambios constantes.
 - Liderazgo, que persigue consolidar el papel de España como líder mundial en el sector.
- La nueva Agenda del Gobierno para el sector turístico se articula en cinco ejes estratégicos que son la Gobernanza colaborativa; el Crecimiento sostenible; la Transformación competitiva; el Espacio turístico, empresas y personas; y el Producto, marketing e inteligencia

FACTORES INTERNOS

DAFO SECTOR TURISMO GUADALAJARA

FACTORES EXTERNOS



FORTALEZAS

- **Recursos** e infraestructuras turísticas.
- **Zonas con alto valor** natural y cultural.
- **Territorio con dimensión y posibilidades** para el desarrollo de iniciativas sostenibles de atracción turística.
- **Asociación de turismo Guadalajara**, impulso turismo sostenible y ecoturismo.
- **Formación, jornadas y congresos** en materia de turismo sostenible.



DEBILIDADES

- **Falta de iniciativas sostenibles** que deriven en beneficios ambientales y económicos.
- **Falta de planes** de eficiencia energética, instalación de energías renovables y de gestión de .
- **Falta** de planes de **comunicación y concienciación** interna y externa acerca de la necesidad de preservar y gestionar recursos.



OPORTUNIDADES

- Desarrollo de **actividades turísticas de alto valor añadido** (turismo rural y natural, activo, gastronomía, turismo deportivo, cultura) a partir de los diversos recursos naturales e histórico-culturales de diferentes zonas en la provincia.
- **Impulso planes de renovación** edificios, energías renovables, eficiencia energética.
- **Potenciar el Parque Alto Tajo como referencia** del turismo en sostenibilidad en base al certificado de la Carta Europea de Turismo Sostenible.
- Impulso a la **creación de zonas de turismo exclusivo** para actividades de naturaleza que creen sinergias con acciones sostenibilidad y economía circular.
- **Impulsar el turismo en el medio rural**, en base al potencial de conectar con las costumbres y las tradiciones.



AMENAZAS

- Abandono de negocios por **despoblación y falta de servicios** para el turismo en zonas rurales.
- **Impactos de cambio climático** y degradación de ecosistemas y zonas rurales.
- **Agravio** problemas ambientales **por turismo** (emisiones, residuos,...).

3

Análisis y Diagnóstico

Situación actual en Guadalajara.

DEFINIENDO LA ECONOMÍA CIRCULAR Y SU ÁMBITO DE ACTUACIÓN EN EL TURISMO

No existe un concepto globalmente aceptado de economía circular, y menos aún en su aplicación a la actividad turística, sin embargo, en cualquiera de sus definiciones más aceptadas queda patente la **confluencia de tres conceptos: economía, medio ambiente y sociedad**

**FUNDACIÓN
ELLEN MACARTHUR**

- “Aquella que es restaurativa y regenerativa a propósito, y que trata de que los productos, componentes y materias mantengan su utilidad y valor máximos en todo momento, distinguiendo entre ciclos técnicos y biológicos. Este nuevo modelo económico trata, en definitiva, de desvincular el desarrollo económico global del consumo de recursos finitos”

**COMISIÓN
EUROPEA**

- “un sistema económico en el que el valor de los productos, materiales y demás recursos de la economía dura el mayor tiempo posible, potenciando su uso eficiente en la producción y el consumo, reduciendo de este modo el impacto medioambiental de su uso, y reduciendo al mínimo los residuos y la liberación de sustancias peligrosas en todas las fases del ciclo de vida, en su caso mediante la aplicación de la jerarquía de residuos”

**ESTRATEGIA
“ESPAÑA CIRUCULAR
2030”**

- Redefinir “aquella en la que el valor de los productos, los materiales y los recursos se mantienen en la economía durante el mayor tiempo posible, y en la que se reduce al mínimo la generación de residuos, lo que constituye una contribución esencial a los esfuerzos de la UE encaminados a lograr una economía sostenible, descarbonizada, eficiente en el uso de los recursos y competitiva”.

DEFINIENDO LA ECONOMÍA CIRCULAR Y SU ÁMBITO DE ACTUACIÓN EN EL TURISMO

Aunque para facilitar la comprensión del **concepto de economía circular** este ha sido simplificado utilizando el acrónimo de las “R” que también ha ido evolucionando a lo largo del tiempo:

3R

REDUCIR ► REUTILIZAR ► RECICLAR

5R

REDUCIR ► REPARAR ► REUTILIZAR ► RECUPERAR ► RECICLAR

7R

REDISEÑAR ► REDUCIR ► REPARAR ► REUTILIZAR ► RENOVAR ► RECUPERAR ► RECICLAR

TEMAS Y ÁMBITOS DE ACTUACIÓN APLICADOS A LA ECONOMÍA CIRCULAR DEL SECTOR TURÍSTICO

| TEMAS |  |  |  |  |
|----------------------|---|---|---|---|
| | Reducción de emisiones | Gestión de Residuos | Consumos y reutilización | Gobernanza, Gestión y Participación |
| | Medición y compensación de la huella de carbono | Separación de residuos, recogida y reciclaje | Mejora de la eficiencia energética | Gestión sostenible del destino |
| | Compras de proximidad y de producto ecológicos | Valorización de residuos | Implantación y uso de energías renovables | Creación de productos y experiencias sostenibles |
| | Movilidad y distribución sostenible | Eliminación de embalajes y materiales de un solo uso | Reducción del consumo y reutilización agua | Políticas y certificaciones (destino, empresas, proveedores) |
| ÁMBITOS DE ACTUACIÓN | Recuperación protección de espacios | Reducción del desperdicio alimentario | Uso de materiales y productos reciclados | Participación, formación y sensibilización |



METODOLOGÍA Y RESULTADOS OBTENIDOS DURANTE EL TRABAJO DE CAMPO



RECOGIDA DE INFORMACION

- Para recoger la información necesaria se han realizado un total de **27 entrevistas** personales a lo largo de unas **3 semanas** de trabajo y sobre una base de datos compuesta por **75 agentes privados y 27 públicos**
- Las entrevistas se han realizado de manera **presencial, a través de video llamadas y mediante la realización de un cuestionario** apoyado todo ello con llamadas telefónicas para motivar la participación de los diferentes actores en el proyecto.
- Se han clasificado los actores según los diferentes segmentos de actividad relacionados con la actividad turística de la provincia.

ZONA SIGUENZA/SIERRA NORTE



ZONA MOLINA DE ARAGÓN/ALTO TAJO

CONSIDERACIONES DEL CAMPO

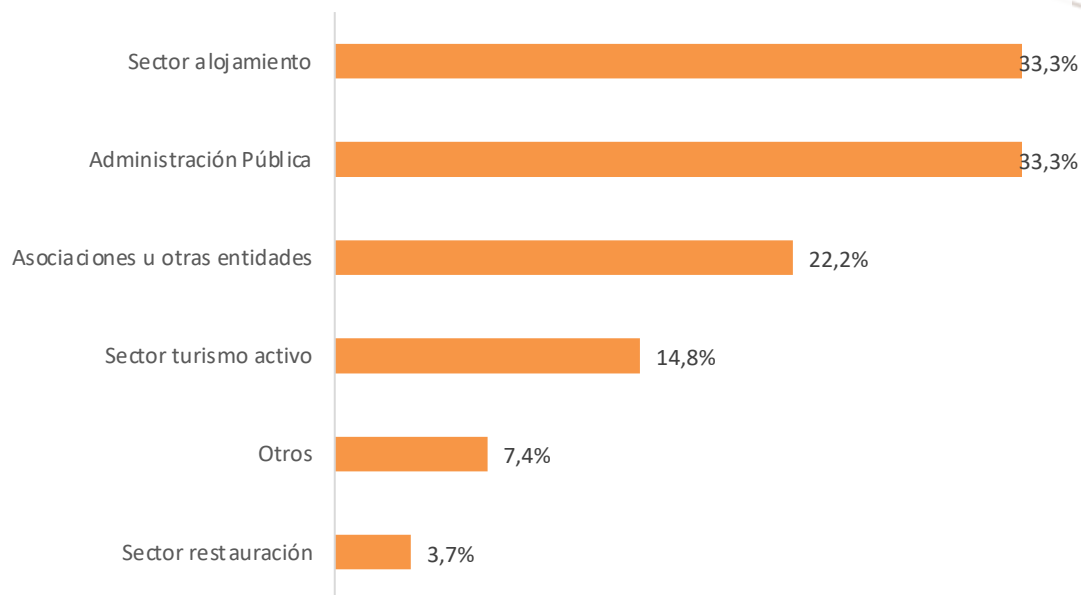
- El perfil del empresariado es diferente en las dos zonas ámbito del estudio.
- En Molina existen un sentimiento de perjuicio por su situación geográfica respecto a otras zonas de Guadalajara.
- A pesar de existir asociaciones turísticas y grupos de desarrollo en ambas zonas, tan solo en Sierra Norte parecen configurarse como verdaderos aceleradores





DEFINIENDO LA ECONOMÍA CIRCULAR Y SU ÁMBITO DE ACTUACIÓN EN EL TURISMO

SEGMENTOS DE ACTIVIDAD TURISTICA

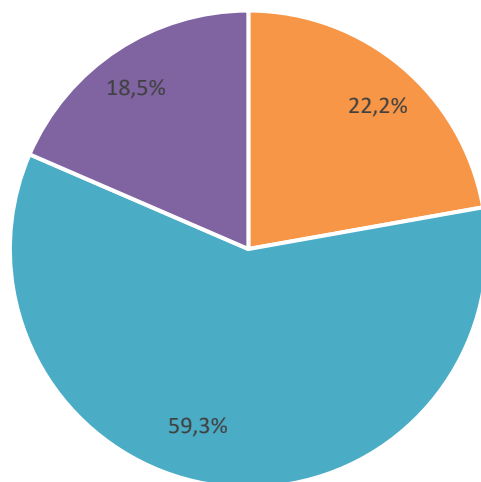


- El segmento de **alojamientos turísticos** junto con los **ayuntamientos** son los que han tenido una **participación mayoritaria** en este trabajo de campo.
- Por el contrario el sector de la **restauración** es la que **más baja participación** ha registrado entre los diferentes segmentos



CONOCIMIENTO ACTUAL DEL CONCEPTO ECONOMIA CIRCULAR APLICADO AL TURISMO

GRADO DE CONOCIMIENTO



■ Conocimiento elevado ■ Conocimiento moderado ■ Conocimiento escaso

- Ninguno de los extremos, un conocimiento muy elevado o un conocimiento nulo, **ha sido seleccionado** por los encuestados
- La amplia mayoría, 8 de cada 10 encuestados opina que tiene un **conocimiento moderado o escaso sobre la economía circular** aplicada al turismo.
- Por el contrario, tan **sólo un 18%** considera que tiene un **conocimiento elevado** sobre el concepto de economía circular.

P2. Valore de forma general su grado de conocimiento actual del concepto de Economía Circular aplicado al turismo



1. REDUCCION DE EMISIONES



2. GESTION DE RESIDUOS

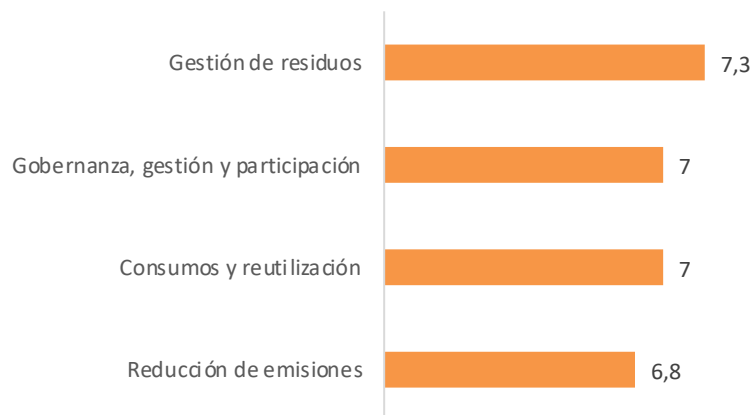


3. CONSUMOS Y REUTILIZACIÓN

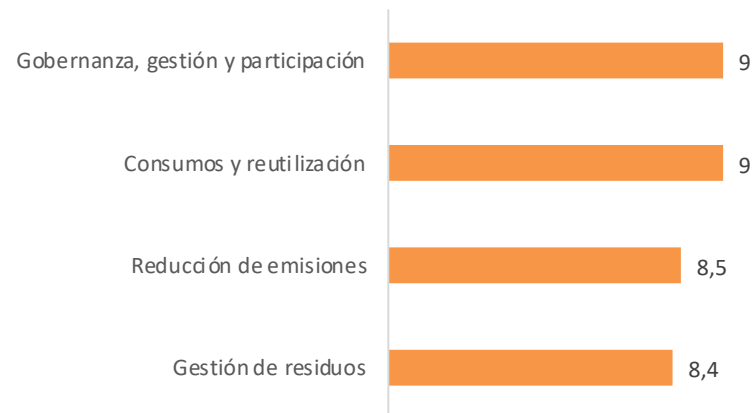


4. GOBERNANZA, GESTIÓN Y PARTICIPACION

GRADO DE CONOCIMIENTO



CONVENIENCIA DE SU APLICACIÓN

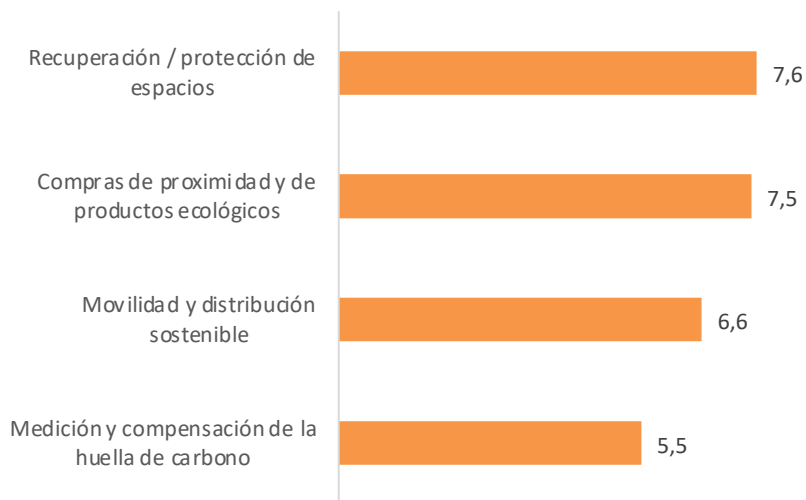


- De los 4 temas analizados en el estudio, **la gestión de residuos es el que mayor grado de conocimiento** tiene por parte de los usuarios, frente a la **reducción de emisiones que es el más desconocido**.
- Pero, si preguntamos por la conveniencia de su aplicación en el sector turístico de la provincia, observamos que los asuntos relativos a **la Gobernanza y los relativos a consumos y reutilización, son los que aportan un mayor valor o tienen mayor importancia** para los encuestados.

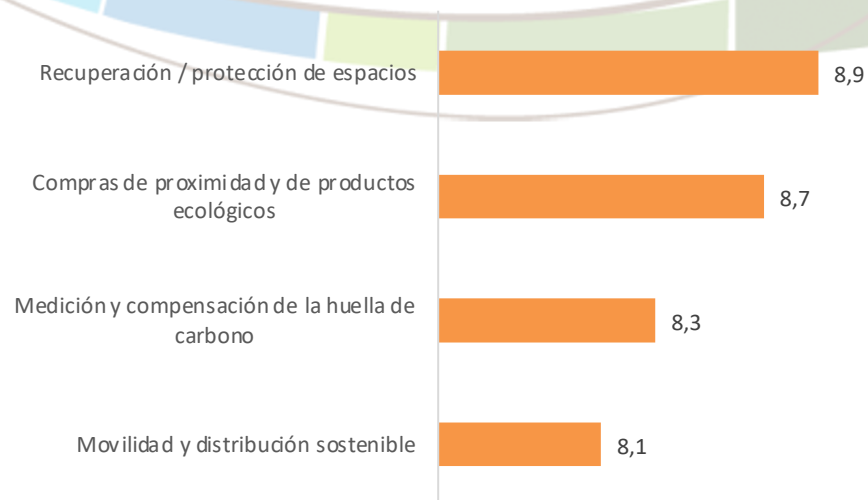


TEMA 1 REDUCCIÓN DE EMISIONES

GRADO DE CONOCIMIENTO



CONVENIENCIA DE SU APLICACIÓN

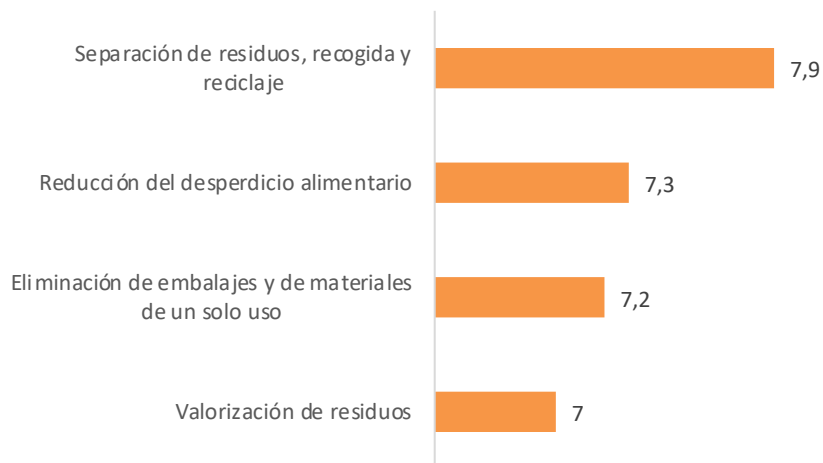


- Respecto a la Reducción de Emisiones, los ámbitos de actuación **más conocidos y también más importantes** para los encuestados son la **Recuperación y protección de espacios** seguidos a corta distancia de la **Compras de proximidad y productos ecológicos**.
- El ámbito **menos conocido** es la **Medición y compensación de la huella de carbono** y la **movilidad y distribución sostenible** que **también** estiman como ámbitos **menos relevantes** en su aplicación.

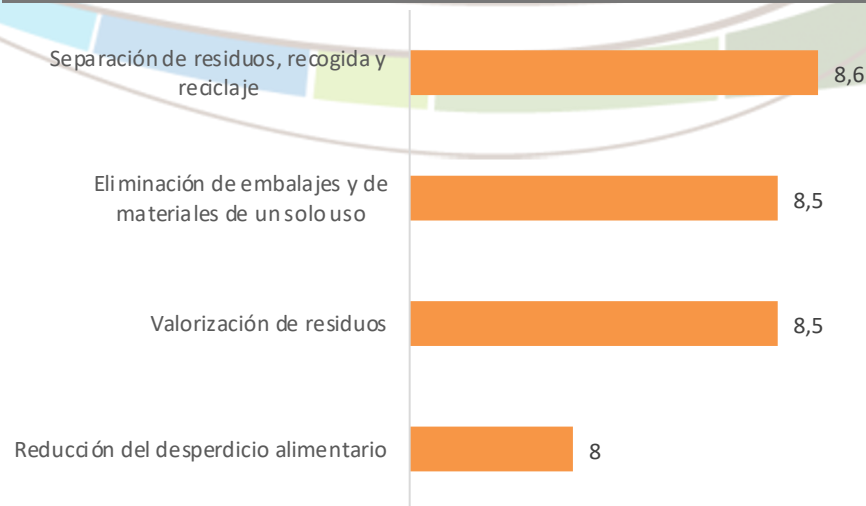


TEMA 2 GESTION DE RESIDUOS

GRADO DE CONOCIMIENTO



CONVENIENCIA DE SU APLICACIÓN

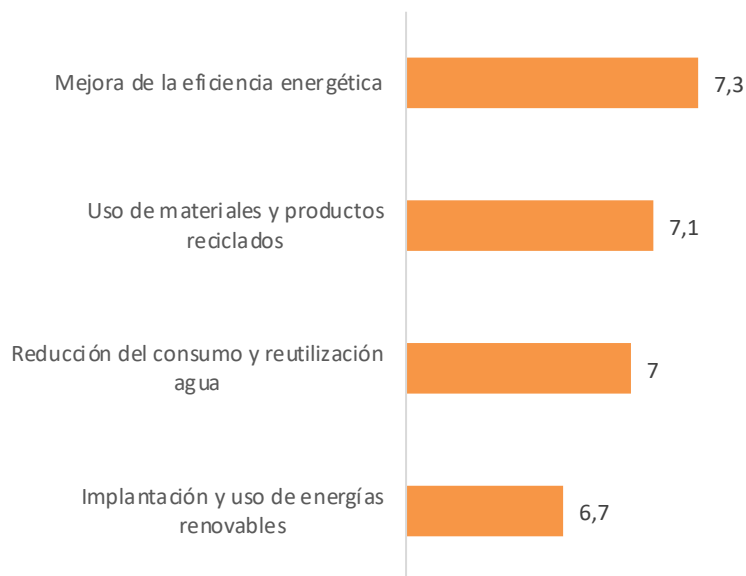


- Respecto a la Gestión de Residuos, el **ámbito más conocido también más valorado es la separación, recogida y reciclaje**, aunque otorgan prácticamente la **misma valoración en cuanto a la conveniencia** de aplicación a los ámbitos de **eliminación de embalajes y materiales de un solo uso y la valorización de residuos**.

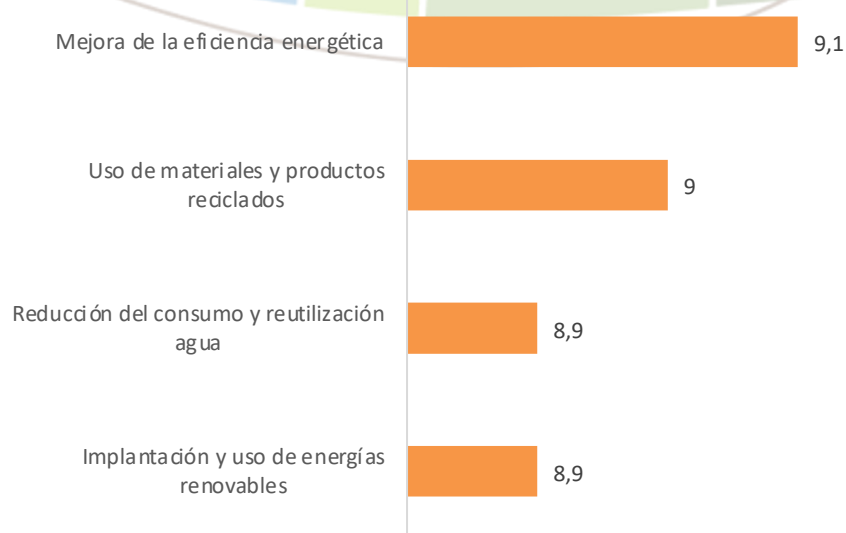


TEMA 3 CONSUMOS Y REUTILIZACIÓN

GRADO DE CONOCIMIENTO



CONVENIENCIA DE SU APLICACIÓN

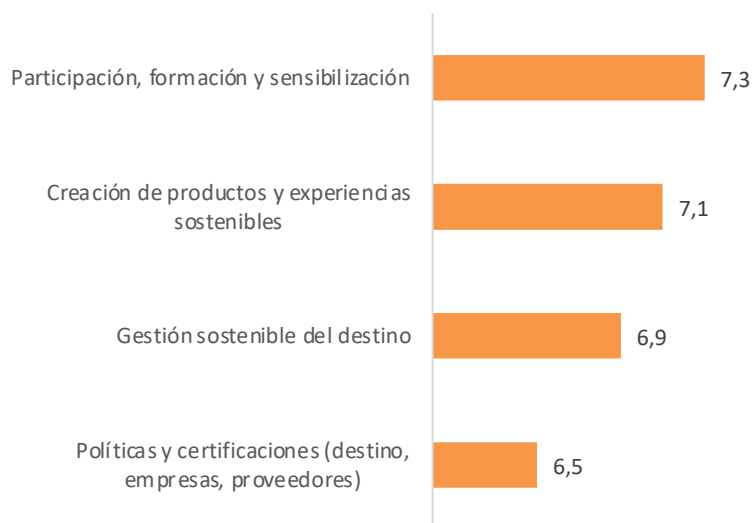


- La **implantación y uso de energías renovables** es el ámbito más desconocido y menos valorado en el tema de Consumos y Reutilización.
- Por el contrario la **Mejora de la eficiencia energética** es el ámbito más valorado, aunque les siguen a corta distancia el resto de ámbitos de actuación.

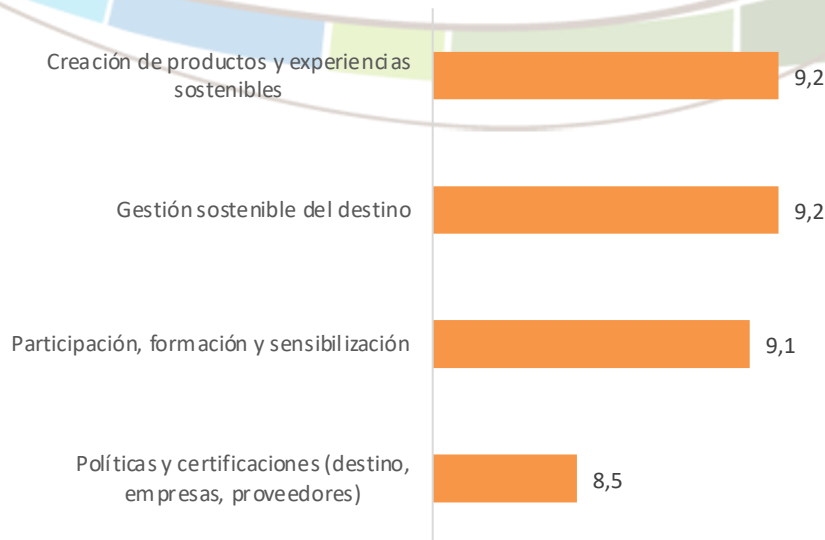


TEMA 4 GOBERNANZA, GESTION Y PARTICIPACIÓN

GRADO DE CONOCIMIENTO



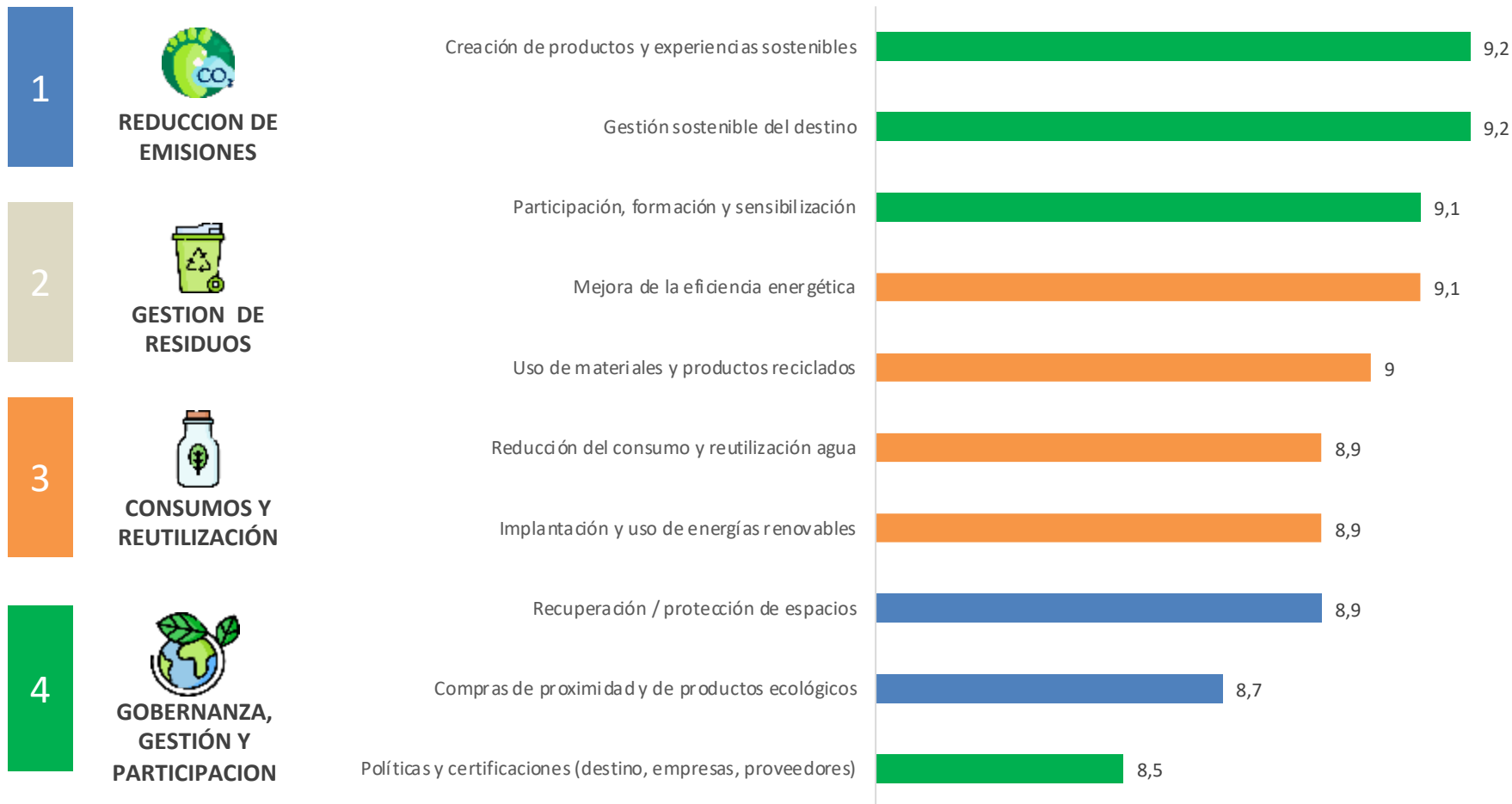
CONVENIENCIA DE SU APLICACIÓN



- Por último en el **Tema de Gobernanza, Gestión y Participación** en sus diferentes ámbitos es una **cuestión muy valorada por los encuestados**, obteniendo las puntuaciones más altas, con la **excepción de las políticas y certificaciones de destino, empresas y proveedores** que le otorgan una importancia menor respecto a las otras tres, aun teniendo una valoración positiva.



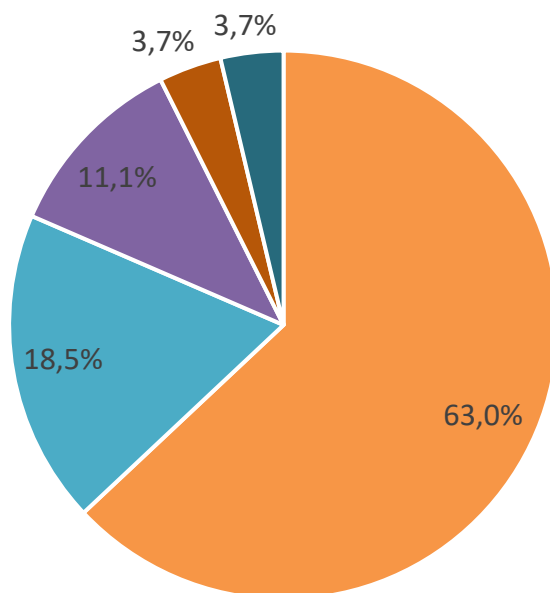
¿CUÁLES SON LOS ÁMBITOS DE ACTUACIÓN QUE MÁS VALORAN?





¿CÓMO VALORA EL DISEÑO Y PUESTA EN MARCHA DE PROYECTOS DE ECONOMÍA CIRCULAR EN EL SECTOR TURÍSTICO DE GUADALAJARA?

RELEVANCIA PARA LOS ENTREVISTADOS



■ Muy relevante

■ Relevante

■ Relevancia moderada

■ Poco relevante

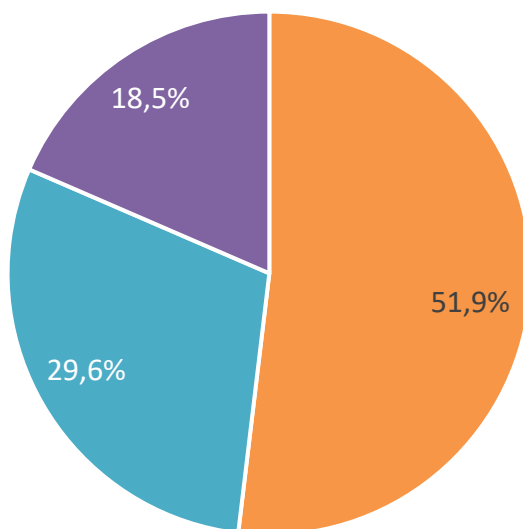
■ Nada relevante

- Resulta muy revelador que **8 de cada 10**, casi un 82% de los encuestados, nos dicen que la puesta en marcha de proyectos de economía circular en el sector turístico de Guadalajara **es algo relevante o muy relevante**.
- Por el contrario, **apenas un 7%** por el contrario opina que **poco o nada relevante**.
- Mientras que un 11% piensa que este tipo de proyectos tienen una importancia moderada para el sector turístico de Guadalajara.



¿CÓMO VALORARÍA LA PREDISPOSICIÓN O CAPACIDAD DE SU EMPRESA O ENTIDAD PARA DESARROLLAR O PARTICIPAR EN PROYECTOS DE ESTA NATURALEZA?

PREDISPOSICIÓN A DESARROLLAR PROYECTOS

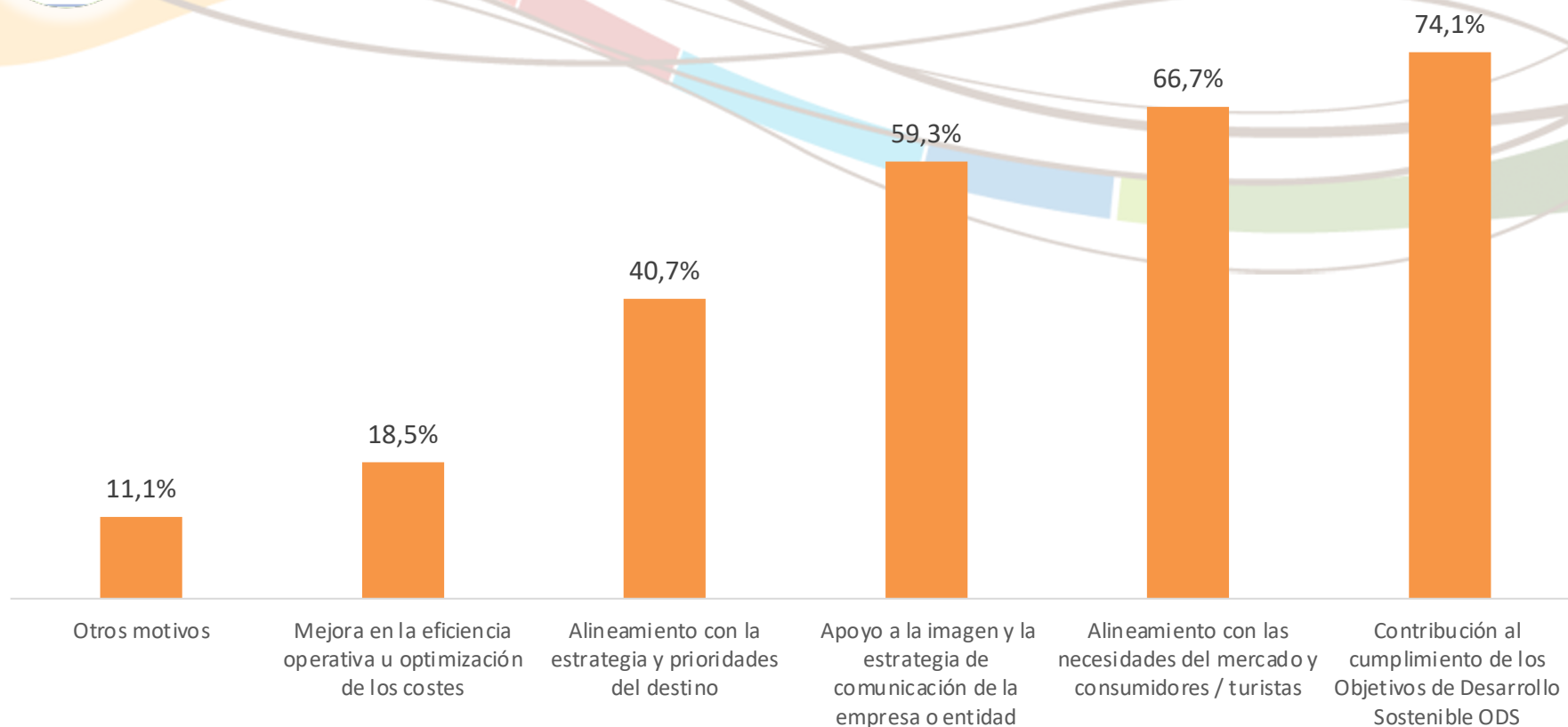


- Predisposición muy elevada ■ Predisposición elevada
- Predisposición moderada

- Otro dato muy significativo es el hecho de que **más del 80%** de los encuestados consideran que sus empresas o entidades tienen capacidad y **una predisposición elevada o muy elevada a participar en proyectos** de esta naturaleza.
- Destacamos también que **ningún encuestado** ha seleccionado la opción de tener una **predisposición baja o nula** a participar en este tipo de proyectos.



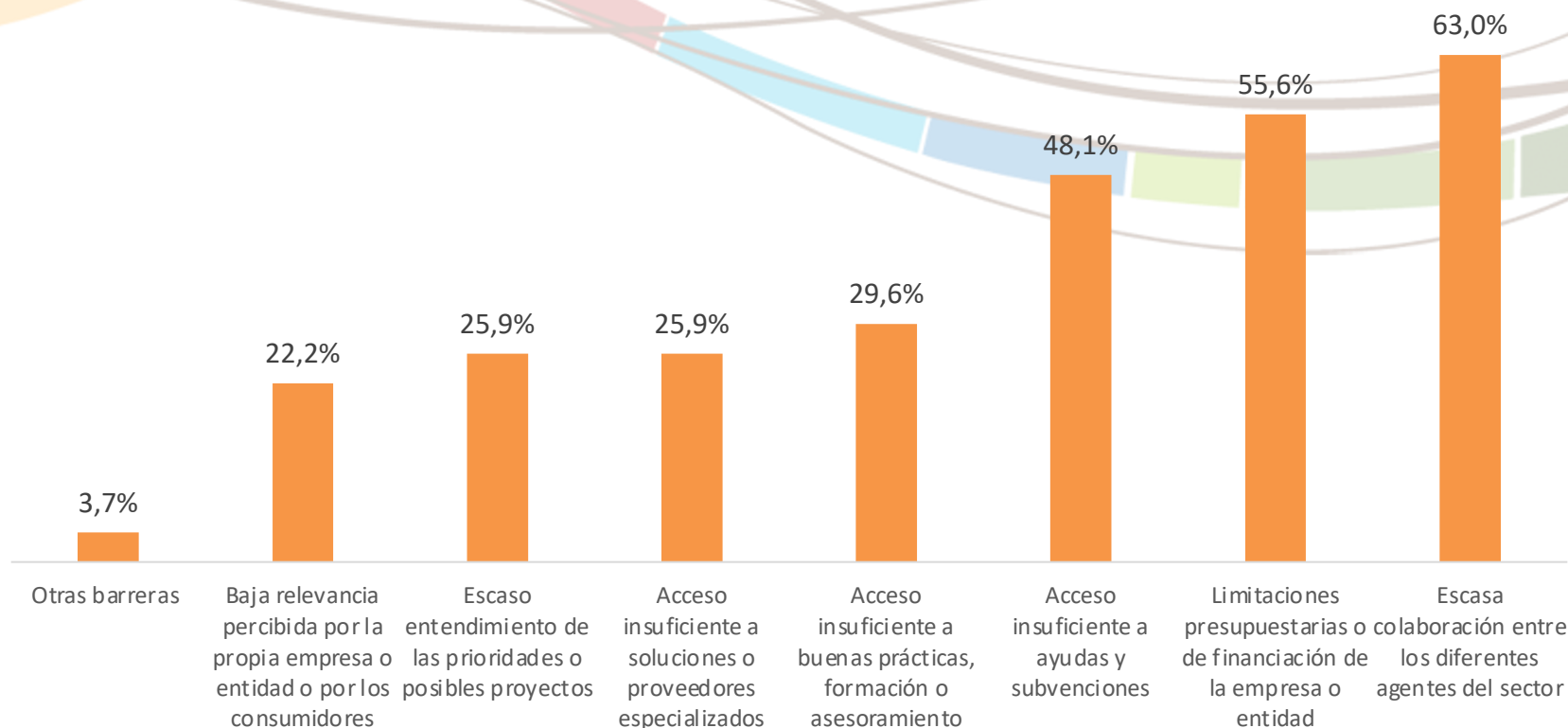
¿CUÁLES SERÍAN LOS PRINCIPALES MOTIVOS POR LOS QUE SU EMPRESA O ENTIDAD APOSTARÍA POR EL DESARROLLO DE PROYECTOS DE ECONOMÍA CIRCULAR? SELECCIONE UN MÁXIMO DE 3.



- Preguntando por los motivos de esta predisposición a abordar este tipo de proyectos, observamos que la mayor parte responden a una **motivación de estar alineados con los ODS's y con las actuales necesidades del mercado, turistas y consumidores**
- Mientras que mejora en la eficiencia operativa y optimización de costes no están entre sus motivaciones (18,5%)



¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES BARRERAS QUE LE IMPEDIRÍAN LA PUESTA EN MARCHA DE PROYECTOS DE ECONOMÍA CIRCULAR? SELECCIONE UN MÁXIMO DE 3.

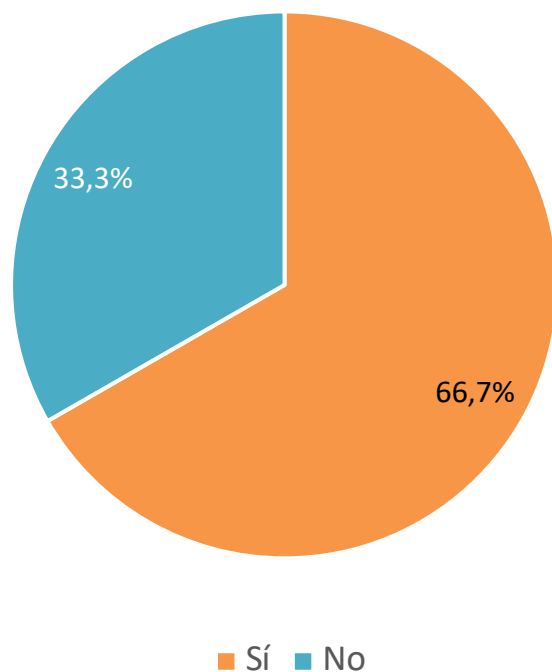


- Por el contrario, cuando preguntamos por **las principales barreras**, nos parece relevante que el principal freno lo ven en la **escasa colaboración existente** entre los diferentes actores y agentes sectoriales, **por delante** incluso de los **aspectos relativos a temas económicos** como las limitaciones de financiación, presupuestos o el acceso a las ayudas y subvenciones.



EN SU EMPRESA O ENTIDAD ¿ESTÁ USTED DESARROLLANDO ACTUALMENTE O TIENE PREVISTO HACERLO PRÓXIMAMENTE ALGÚN PROYECTO RELACIONADO CON LA ECONOMÍA CIRCULAR?

ACTIVIDAD DE PROYECTOS ACTUAL O PRÓXIMA



- A la pregunta de si están o tienen **previsto abordar algún proyecto** de este tipo **próximamente**, casi el **67%** nos indica que **si**.
- Frente a un 33,3% que nos indica que no tienen intención de abordar ningún proyecto relacionado con economía circular en un futuro próximo.

Conclusiones

Principales reflexiones del trabajo de campo realizado

1

Existe una **clara predisposición hacia el desarrollo de proyectos relacionados con la Economía Circular** y los actores turísticos entienden que en la actualidad es un factor relevante para poder estar alineados con el mercado y los turistas.

2

Observamos que el **conocimiento sobre los temas y ámbitos de actuación están siempre menos valorados que el interés** que genera su aplicación en el turismo, por lo la **información y formación** en estas materias puede ser un claro **factor de dinamización**.

3

Uno de los principales retos identificados es fomentar una **mayor colaboración entre los diferentes actores** implicados en la economía turística de la provincia, para lo cual las asociaciones y los GDR's pueden funcionar como catalizadores.

4

Entre las actuaciones que más se valoran es la gestión y las actuaciones en el territorio relacionadas con la sostenibilidad como son la **gestión de un destino sostenible y diseño de productos y experiencias sostenibles**.

4

Formulación estratégica

del Plan de Economía Circular del
Sector Turístico en Guadalajara

RETOS Y OPORTUNIDADES DEL DESTINO GUADALAJARA DE CARA A LA IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE ECONOMÍA CIRCULAR DEL SECTOR TURÍSTICO

RETOS

Incorporar la economía circular al modelo de gestión del destino turístico.

Dar respuesta a las tendencias y nuevas demandas y necesidades del turista en materia de sostenibilidad.

Desarrollar soluciones concretas en economía circular adecuadas a las necesidades específicas del sector turístico.

Sensibilizar en materia de economía circular tanto a los agentes del sector turístico del destino como a los turistas.

Establecer un marco de colaboración entre los agentes turísticos del destino para el desarrollo de proyectos de economía circular.

OPORTUNIDADES

Territorio de gran valor natural y cultural que además cuenta con gran potencial de desarrollo como destino turístico sostenible.

Existencia de una red de agentes en el territorio con interés para el impulso de la economía circular en el turismo.

Identificación de iniciativas de economía circular en el territorio tanto de agentes del sector turístico como de otros sectores de potencial aplicación al turismo.

Posibilidad de establecer sinergias a escala regional en el desarrollo de proyectos de economía circular.

Desarrollo de soluciones que contribuyan a la generación de actividad económica y a la fijación de población en zonas rurales

OBJETIVOS DEL PLAN DE ECONOMÍA CIRCULAR DEL SECTOR TURÍSTICO EN GUADALAJARA

1

Implantación de proyectos específicos en materia de economía circular en el sector turístico **alineada con** las prioridades de **la estrategia regional** en la materia.

2

Dotar a los agentes turísticos de la provincia de Guadalajara de las **herramientas y el conocimiento** necesario para el impulso efectivo de la economía circular en el sector.

3

Desarrollo de **soluciones para la reducción de residuos y emisiones viables a largo plazo** y con capacidad de ser adoptadas por un número significativo de agentes y territorios turísticos del destino.

4

Concienciar de la importancia de la sostenibilidad de la actividad turística **tanto a los turistas como a los agentes públicos y privados** del sector del destino.

5

Potenciar la actividad de los productores locales y el consumo de productos y servicios de proximidad.

MISIÓN Y VISIÓN DEL PLAN DE ECONOMÍA CIRCULAR DEL SECTOR TURÍSTICO EN GUADALAJARA

MISIÓN

Establecer las bases necesarias para incorporar criterios de economía circular a la actividad turística de la provincia de Guadalajara.

VISIÓN

Contribuir a la consolidación de un modelo de gestión turística sostenible en el destino Guadalajara en el que la economía circular sea uno de sus ejes fundamentales



EJES Y PROYECTOS DEL PLAN DE ECONOMÍA CIRCULAR DEL SECTOR TURÍSTICO EN GUADALAJARA

| 1 | | 2 | | 3 | |
|------------------------------------|---|-----------------------------------|--|---|---|
| Gobernanza, gestión y conocimiento | | Reducción de residuos y emisiones | | Sensibilización y promoción de la economía circular | |
| 1.1. | Marca de identidad comarcal | 2.1. | Compostaje de residuos orgánicos | 3.1. | Sensibilización – gaming economía circular |
| 1.2. | Carta Europea de Turismo Sostenible/Red Natura 2000 | 2.2. | Movilidad Turística cero emisiones | 3.2. | Kit del turista circular |
| 1.3. | Foro anual de economía circular | 2.3. | Servicio de lavandería integrado | 3.3. | Packaging contra el desperdicio alimentario |
| 1.4. | Formación en economía circular | 2.4. | Central de compras para agentes del sector turístico | 3.3. | Mercado de productos de proximidad |

OTRAS INICIATIVAS DE INTERÉS

- A continuación, se indican **otras iniciativas** o soluciones de **potencial interés para impulsar** el desarrollo de la economía circular en el sector turístico del destino que, aunque se han identificado durante el trabajo de campo, **no han sido incorporadas** Plan de Economía Circular del Sector Turístico de Guadalajara al encontrarse **fuera de su alcance** (bien por **no existir en la actualidad agentes en territorio que impulsen su desarrollo**, por la conveniencia de desarrollarse a escala supraprovincial o por exceder las competencias del Plan y/o de las Administraciones que lo impulsan).

Cálculo de la huella de carbono de la actividad turística en el destino y definición de un plan para su compensación o mitigación.

Implantación de sistemas de generación de energía renovable y de una red de puntos de recarga de vehículos eléctricos en el destino.

Mayor eficiencia energética a través de la renovación de los equipos de iluminación, climatización o de conservación de alimentos de los establecimientos turísticos.

Gestión de los residuos generados por la actividad turística e implantación de procesos de reciclaje y de valorización de residuos.

La reducción del desperdicio alimentario de los establecimientos turísticos a través de donaciones a entidades sin ánimo de lucro o aplicaciones móviles que permitan la compra de excedentes.

5

Proyectos de Economía Circular

del Plan de Economía Circular del
Sector Turístico en Guadalajara

0.0. Patronato Municipal de Turismo y Economía Circular Molina de Aragón

Objetivo y descripción

El objetivo es la creación de un ente con capacidad para servir de acelerador de proyectos que tengan que ver con la economía circular, ayudando a los empresarios y emprendedores en todo el proceso, prestándoles ayuda técnica, haciendo formación en las materias más relevantes, así como facilitando el acceso a las ayudas y subvenciones que en este sentido tendrán lugar en los próximos años.

Marca de identidad comarcal

Alcance

El alcance será comarcal, Molina de Aragón – Alto Tajo.

Entidad promotora

Ayuntamiento de Molina de Aragón

Presupuesto orientativo

Estudio técnico de viabilidad (9000 €) + puesta en marcha (50.000 euros/anuales)

Fases y calendario orientativo

| Fase | T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 | T7 | T8 |
|---|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Estudio técnico: nuevos requerimientos | | | | | | | | |
| Acuerdos con el sector turístico, productores y comercios asociados | | | | | | | | |
| Puesta en marcha y Estrategia comercial | | | | | | | | |

1.0. Patronato Municipal de Turismo y Economía Circular Molina de Aragón

Información adicional

La creación de esta figura nace del compromiso de hacer cumplir muchas de las medidas que se recogen en la Ley 2/2021, de 7 de mayo, de Medidas Económicas, Sociales y Tributarias frente a la Despoblación y para el Desarrollo del Medio Rural en Castilla-La Mancha (2021/5888), y las principales funciones que desarrolle estarán alineadas con la Estrategia Regional frente a la Despoblación, sirviendo desde su origen como un mecanismo de participación efectiva de la sociedad civil.

La justificación de la creación de esta figura de gestión viene dada por el peso específico que el Turismo tiene en la comarca en la actualidad, y la necesidad de que se imponga una gestión transversal, capaz de aglutinar al sector -hasta hoy muy disperso-, que persiga una misión de desarrollo turístico netamente sostenible y, por supuesto, con una visión orientada en el largo plazo.

Toda su operativa y razón de ser persigue, tal y como se recoge en el **Artículo 49. Apoyo a la promoción económica y empresarial en el medio rural**, (a) *incentivar actividades y sectores productivos que contribuyan a la modernización y diversificación de la estructura económica regional*; (b) *mejorar la red de asesoramiento y tutorización a personas emprendedoras...*; (f) *la digitalización de las empresas con el objetivo de mejorar la competitividad en los mercados internacionales globales y la generación de empleo de calidad*;

La Economía Circular no es ya una nueva tendencia, sino que es una realidad que ha venido para quedarse e ir transformando no sólo la economía, sino la sociedad en su conjunto, por lo que resulta clave contar con mecanismos que sirvan para ir haciendo más sencillo el camino a este nuevo paradigma a la sociedad civil y, sobre todo, a las empresas de la zona.

1.0.

Patronato Municipal de Turismo y Economía Circular Molina de Aragón

ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO

Estrategia de
Economía Circular
de Castilla-La
Mancha 2030

Principios generales

Protección y mejora del medio ambiente

Acción preventiva

Descarbonización de la economía

Quien contamina paga

Protección de la salud

Racionalización y eficiencia

Cooperación y coordinación entre las Administraciones Públicas

Participación pública

Desarrollo sostenible

Solidaridad entre personas y territorios

Integración de aspectos medioambientales toma de decisiones

Mejora de la competitividad de la economía

Generación de empleo de calidad

Ejes de Actuación

GOBERNANZA

EDUCACIÓN, CONCIENCIACIÓN Y DIVULGACIÓN

COMPETITIVIDAD, INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN

PRODUCCIÓN, BIENES Y SERVICIOS

CONSUMO

GESTIÓN DE RESIDUOS

Objetivos de
Desarrollo
Sostenible, ODS

1 FIN DE LA POBREZA



2 HAMBRE CERO



3 SALUD Y BIENESTAR



4 EDUCACIÓN DE CALIDAD



5 IGUALDAD DE GÉNERO



6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO



7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE



8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES



11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES



12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



13 ACCIÓN POR EL CLIMA



14 VIDA SUBMARINA



15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES



16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS



17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



1

Gobernanza, gestión y
conocimiento

1.1.

Marca de identidad
comarcal

1.2.

Carta Europea de Turismo
Sostenible/Red Natura
2000

1.3.

Foro anual de economía
circular

1.4.

Formación en economía
circular



**MARCA DE IDENTIDAD COMARCAL
SIERRA NORTE DE GUADALAJARA**

Hacia el territorio que queremos:
Sostenibilidad, economía circular, excelencia

1.1. Marca de identidad comarcal

Objetivo y descripción

El objetivo es concienciar a los empresarios del sector turístico de Sigüenza y Sierra Norte de Guadalajara de la importancia **del desarrollo de la economía circular** utilizando la Marca de Identidad Comarcal Sierra Norte de Guadalajara. La Marca no sólo será el instrumento que ponga en valor la identidad de la comarca, sus productos y servicios, sino que también colaborará en el desarrollo de la economía circular y la sostenibilidad.

Marca de identidad comarcal

Alcance

A lo largo del 2021 desde ADEL se ha lanzado esta iniciativa, que integra algunos aspectos de Economía Circular. Se propone incluir en la actualización y mejora anual, de siguientes años, más temas puntuables relacionados con Economía Circular, con el objetivo de ir sensibilizando a los empresarios sobre la importancia de estos aspectos.

Entidad promotora

ADEL SIERRA NORTE (Asociación para el desarrollo local de la Sierra Norte de Guadalajara)

Presupuesto orientativo

Estudio técnico de viabilidad (9000 €) + puesta en marcha (50.000 euros/anuales)

Fases y calendario orientativo

| Fase | T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 | T7 | T8 |
|---|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Estudio técnico: nuevos requerimientos | | | | | | | | |
| Acuerdos con el sector turístico, productores y comercios asociados | | | | | | | | |
| Puesta en marcha y Estrategia comercial | | | | | | | | |

1.1.

Marca de identidad comarcal



Información adicional

A lo largo del 2021 desde ADEL Sierra Norte de Guadalajara, la Asociación para el Desarrollo Local, han definido la Marca de Identidad Comarcal Sierra Norte de Guadalajara, y están trabajando en su implementación con el sector turístico del territorio: turismo activo, comercios, restauración y alojamientos.

Cada uno de estos sectores tiene que rellenar unos cuestionarios, donde se preguntan y puntúan, entre otros temas: conocimiento del medio y divulgación de sus recursos turísticos del territorio, responsabilidad social/medioambiental, recursos agroalimentarios de la comarca y de Guadalajara que se compran o venden.

En la actualidad tienen 13 socios adheridos.

La Marca está planteada con una actualización y mejora anual, se propone que a lo largo de siguientes años se incluya en el cuestionario **más temas puntuables relacionados con Economía Circular**, con el objetivo de ir sensibilizando a los empresarios sobre la importancia de estos aspectos.

La idea es apoyar esta iniciativa en este territorio, apostando en el desarrollo del mismo como Proyecto Piloto, fortaleciendo acciones de economía circular entre los empresarios del sector turístico.

1.1.

Marca de identidad comarcal



Información adicional

En la actualidad, dentro de los cuestionarios que las empresas tienen que rellenar para adherirse a la Marca, y así poder obtener las puntuaciones necesarias, contemplan las siguientes acciones relacionadas con la Economía Circular:

Comercios:

- 3. Vende productos de la Sierra Norte
- 4. Vende productos de Guadalajara
- 6. Vende servicios que se desarrollan en el territorio Sierra Norte
- 9. Vende productos artesanos de la zona o la provincia
- 22. Realiza una gestión responsable de los residuos
- 23. Utiliza bolsas de papel o de almidón o cajas de madera o cartón o cajas de plástico reutilizables

Restauración:

- Consumo de Recursos Agroalimentarios Sierra Norte
- Consumo de Recursos Agroalimentarios de Guadalajara
- 25. ¿Dispone el menú/ carta de al menos de un 80% de platos con recetas locales?
- 26. ¿Dispone el menú/ carta de platos/recetas adaptados a la temporada (verduras, trufas, setas, castañas...)?
- 27. ¿Propone tapas con productos típicos de la comarca, provincia o comunidad autónoma?
- 40. ¿Estaría dispuesto a utilizar más los productos de Guadalajara, aunque supusiera un aumento del gasto en materia prima?

1.1.

Marca de identidad comarcal



MARCA DE IDENTIDAD COMARCAL
SIERRA NORTE DE GUADALAJARA

Hacia el territorio que queremos:
Sostenibilidad, economía circular, excelencia

Información adicional

Alojamientos:

- 3. Vende productos de la Sierra Norte
- 4. Vende productos de Guadalajara
- 12. ¿Prioriza el uso de recursos locales?
- 13. ¿Oferta productos locales o de la provincia?
- 16. ¿Tiene instaladas o piensa instalar placas fotovoltaicas para generar electricidad?
- 17. ¿Tiene instalada o piensa instalar caldera de biomasa o aerotermia para la calefacción?
- 19. ¿Realiza una gestión responsable de los residuos y lo fomenta entre sus clientes ofreciendo cubos diferenciados para reciclar?
- 23. ¿Fomenta visitas en el entorno del establecimiento sin necesidad de utilizar el vehículo privado?
- 24. ¿Está adherido al Sistema de Certificación de Turismo Sostenible?

Turismo Activo:

- 7. ¿Se coordina con otras empresas del sector que actúen operan en la misma zona de actuación?

1.1.

Marca de identidad comarcal



MARCA DE IDENTIDAD COMARCAL
SIERRA NORTE DE GUADALAJARA

Hacia el territorio que queremos:

Sostenibilidad, economía circular, excelencia

ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO

| Estrategia de Economía Circular de Castilla-La Mancha 2030 | Principios generales | Cooperación y coordinación entre las Administraciones Públicas | Ejes de Actuación |
|--|--|--|--|
| | Protección y mejora del medio ambiente | Participación pública | GOBERNANZA |
| | Acción preventiva | Desarrollo sostenible | EDUCACIÓN, CONCIENCIACIÓN Y DIVULGACIÓN |
| | Descarbonización de la economía | Solidaridad entre personas y territorios | COMPETITIVIDAD, INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN |
| | Quien contamina paga | Integración de aspectos medioambientales toma de decisiones | PRODUCCIÓN, BIENES Y SERVICIOS |
| | Protección de la salud | Mejora de la competitividad de la economía | CONSUMO |
| | Racionalización y eficiencia | Generación de empleo de calidad | GESTIÓN DE RESIDUOS |
| Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS | 1 FIN DE LA POBREZA | 2 HAMBRE CERO | 3 SALUD Y BIENESTAR |
| | 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD | 5 IGUALDAD DE GÉNERO | 6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO |
| | 7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE | 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO | 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA |
| | 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES | 11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES | 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES |
| | 13 ACCIÓN POR EL CLIMA | 14 VIDA SUBMARINA | 15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES |
| | 16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS | 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS | |





EUROPARC España



1.2. Carta Europea de Turismo Sostenible/Sistema de reconocimiento de la sostenibilidad del turismo de naturaleza en la Red Natura 2000

Objetivo y descripción

La mayor parte de los territorios turísticos de Guadalajara están afectados por espacios naturales protegidos, principalmente por el Parque Natural Alto Tajo, por el Parque Natural Sierra Norte de Guadalajara y por el Parque Natural del Barranco del Río Dulce, por lo que es necesario atender el sector turístico desde la perspectiva de uso y gestión de estos espacios. Por ese motivo es prioritario destacar dos proyectos que se están llevando a cabo: La Carta Europea de Turismo Sostenible y el Sistema de Reconocimiento de la sostenibilidad del turismo de naturaleza en la Red Natura 2000. Ambas **acreditaciones favorecen la sostenibilidad y la economía circular en el sector turístico de los espacios naturales.**

Alcance

En la actualidad hay dos zonas en la provincia que están trabajando con dos sistemas de certificación en Sostenibilidad. El Parque Natural Alto Tajo (Acreditado en el 2009) con la Carta Europea. Y el Espacio Natura 2000 ZEC-ZEPA Sierra de Ayllon, adherido en el 2020 al 'Sistema de reconocimiento de la sostenibilidad del turismo de naturaleza en Red Natura 2000'.

Entidad promotora

Parque Natural Alto Tajo/Parque Natural Sierra Norte y Parque Natural Río Dulce

Presupuesto orientativo

Apoyo a los empresarios (25.000 euros/anuales) Asistencia técnica/auditoria (35.000 euros/anuales)

Fases y calendario orientativo

| Fase | T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 | T7 | T8 |
|--|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Auditoria inicial. Análisis y definición de retos | | | | | | | | |
| Promoción entre el sector turístico para nuevas adhesiones | | | | | | | | |
| Implementación y seguimiento. | | | | | | | | |

1.2.

Carta Europea de Turismo Sostenible/Sistema de reconocimiento de la sostenibilidad del turismo de naturaleza en la Red Natura 2000



EUROPARC España



Información adicional

Ambos certificados responden a la necesidad de integrar la actividad turística en los espacios naturales protegidos para garantizar la utilización ordenada y sostenible de los recursos proporcionados por el patrimonio natural. El primer objetivo es “promover la configuración de destinos y productos de turismo de naturaleza sostenible”.

Una vez implantado el Sistema, las administraciones dedicadas al impulso del turismo cuentan con una herramienta que les permite identificar entornos y empresas comprometidos con la sostenibilidad del turismo y tener la certeza de que se desarrolla sin implicar efectos negativos sobre la biodiversidad.

Los sistemas de adhesión distinguirán, en los espacios ya acreditados, a aquellas empresas que más y mejor **se esfuerzan por hacer sostenible y circular su actividad**. Son las empresas turísticas las que voluntariamente solicitan su adhesión. Este reconocimiento es mucho más que una marca de calidad, es un compromiso que garantiza una auténtica colaboración entre la empresa y el espacio protegido para avanzar en el desarrollo de un **turismo sostenible y circular**.

La implantación de estos Sistemas facilita y a la vez obliga a los gestores de los espacios y por tanto también a las empresas turísticas incluidas en los mismos, al **desarrollo e implantación de la economía circular** y por tanto el compromiso con el desarrollo del turismo sostenible.



1.2.

Sistema de reconocimiento de la sostenibilidad del turismo de naturaleza en la Red Natura 2000

Información adicional

El Sistema de Reconocimiento de la Sostenibilidad fue diseñado inspirándose en sistemas previos como la Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS) y el sistema de requisitos del producto turístico Reservas de la Biosfera Españolas (RBE), con los que comparte el enfoque del doble sistema de requisitos que sirve para establecer la “simbiosis entre el gestor del espacio y las empresas turísticas” que operan en él. Está promovido por el Ministerio de Industria, comercio y Turismo y por el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

Este sistema quiere destacar la importancia del capital natural como fuente de ingresos y generador de empleo verde, asegurando siempre la correcta conservación de los valores naturales del territorio y toda la biodiversidad que hay en él. Estos objetivos se cumplen a través de los gestores de los espacios Natura 2000 y las empresas de turismo que operan en su entorno. **Se pretende implicar a las empresas turísticas en la gestión y conservación de espacios.**

Cada 3 años el Órgano de Coordinación Nacional del Sistema renovará, en su caso, la adhesión al Sistema de espacios y empresas. Y los gestores de los espacios Red Natura 2000, analizarán los efectos de la implantación del Sistema en su espacio durante esos 3 años.

Dentro de la provincia de Guadalajara, la Sierra de Ayllón, ha sido pionera en la adhesión a este sistema, de ámbito estatal, que pretende reconocer las prácticas llevadas a cabo por las empresas de turismo en la naturaleza, tanto turismo activo como ecoturismo, así como de los alojamientos rurales, para lograr **estándares de sostenibilidad ambiental y de economía circular** que hagan compatibles estas actividades con los entornos en los que se desarrollan.



1.2.

Sistema de reconocimiento de la sostenibilidad del turismo de naturaleza en la Red Natura 2000

Información adicional

La idea de esta acción es apoyar esta iniciativa que ya se está desarrollando en la provincia, realizando acciones de promoción para que los empresarios conozcan los beneficios y se adhieran a la misma. Además de colaborar en la implementación de las acciones necesarias para poder desarrollar algunas medidas que sean necesario desarrollar para satisfacer los requisitos y apoyar acciones de economía circular.

Las empresas deben de cumplir con una serie de requerimientos para poder adherirse, entre los cuales, relacionados con la Economía Circular destacan:

Utilizar energías renovables:

- Instalar/utilizar energía solar térmica/fotovoltaica
- Renovar/utilizar biomasa para calefacción y agua caliente sanitaria
- Contratar suministros con garantía de origen renovable

Reducir el gasto energético en todas las actividades e instalaciones:

- Instalar/utilizar iluminación y electrodomésticos de bajo consumo y alta eficiencia
- Instalar/utilizar temporizadores/desconectores/automatismos/termostatos para evitar consumos innecesarios
- Realizar un estudio de consumos energéticos (electricidad, combustible para calefacción y transporte)
- Mejorar el aislamiento para reducir el gasto energético en climatización
- Contar con un sistema de climatización por zonas independientes



1.2.

Sistema de reconocimiento de la sostenibilidad del turismo de naturaleza en la Red Natura 2000

Información adicional

Aplicar criterios de racionalización del transporte:

- Minimizar los trayectos efectuados, especialmente en el interior del espacio protegido
- Utilizar transportes de bajo requerimiento energético (compartir medio, usar transporte público, recogida y traslado de clientes que acudan sin vehículo propio, etc.)
- Proporcionar información sobre el transporte público en su material promocional e informativo
- Promover la conducción eficiente en el desarrollo de sus actividades
- Disponer de material informativo sobre senderos y rutas y lugares para visitar en el entorno del establecimiento sin necesidad de utilizar el vehículo privado.

Aplicar medidas de ahorro de agua:

- Instalar dispositivos de ahorro de agua (grifos, cisternas)
- Aprovechar el agua de lluvia y/o aguas grises
- Mantener el agua de la piscina de un año para otro
- Implantar estrategias para ahorrar agua en el jardín (utilizar plantas con bajos requerimientos hídricos, sistemas de riego de bajo consumo, acolchar suelos, etc.)

Mejorar la gestión de residuos:

- Priorizar materiales reciclados, reutilizables y reciclables frente a los de un solo uso (productos a granel frente a envases individuales, minimizar los residuos en bolsas de picnic, etc.)
- Reutilizar los restos de materia orgánica (compostaje, alimentación de animales, etc.)
- Implantar un sistema de reciclaje (disponer de contenedores separados, adecuada gestión de residuos especiales y peligrosos como aceites, pilas, tóner, etc.)
- Recoger la basura que encuentra durante la realización de actividades



1.2.

Sistema de reconocimiento de la sostenibilidad del turismo de naturaleza en la Red Natura 2000

Información adicional

Incorporar una política de compras sostenible:

- Utilizar productos naturales o ecológicos en la medida de lo posible (alimentos, productos de higiene, limpieza, etc.)
- Utilizar productos de origen local y contratar servicios de empresas adheridas al Sistema o a otros sistemas de reconocimiento de la sostenibilidad (CETS, Reservas de la Biosfera, etc.)

Apoyar el desarrollo local, informar sobre los productos locales y apoyar su compra de productos locales y la contratación de proveedores locales, la oferta de gastronomía tradicional, platos típicos y de temporada.

En el caso de restaurantes

- Los menús y cartas de que dispongan, deberán incluirse como productos principales, productos caseros, locales y en su defecto, de proximidad si existieran. Se indicará o explicará para cada producto, su origen concreto así como su denominación y alusión expresa a las ventajas de consumir productos locales, artesanos o de proximidad.
- Contratar personal local

En el caso de los alojamientos,

- La arquitectura actual de las instalaciones exteriores e interiores, así como las modificaciones de las mismas que se realicen en el futuro, deberán adoptar soluciones y acabados tradicionales de la zona.
- Las nuevas edificaciones, podrán adoptar soluciones funcionales en el interior pero respetarán acabados y estilos arquitectónicos exteriores propios de la zona
- Contratar personal local



1.2. Carta Europea de Turismo Sostenible

Información adicional

La Carta Europea de Turismo Sostenible en Espacios Naturales Protegidos (CETS) es una iniciativa de la Federación EUROPARC que tiene como objetivo global promover el desarrollo del turismo en clave de sostenibilidad en los espacios naturales protegidos de Europa. La CETS es un método y un compromiso voluntario para aplicar los principios de turismo sostenible, orientando a los gestores de los espacios naturales protegidos y a las empresas para definir sus estrategias de forma participada. **Esta acreditación favorece la economía circular entre el sector turístico de los espacios naturales, ya que la misma marca unos criterios de sostenibilidad que tienen en cuenta criterios de economía circular.**

El sistema de adhesión de las empresas comprende unos requisitos mínimos exigidos por EUROPARC, como son el cumplimiento de la legislación vigente, que su actividad vaya acorde con la normativa específica del espacio protegido y una participación activa por parte del empresario **en el Foro de Turismo Sostenible creado en el marco de la CETS**. Además, se debe realizar un diagnóstico del estado inicial y tener implantadas una serie de actuaciones básicas de sostenibilidad antes de adherirse, para posteriormente elaborar un Programa de Actuaciones, con sus indicadores correspondientes para su seguimiento, que se compromete a realizar en los tres años siguientes a su adhesión.

El Programa se divide en tres bloques, que recogen tres aspectos fundamentales para el desarrollo de un turismo sostenible en el espacio protegido (Cada empresa debe elegir, para incluir en su programa de actuaciones, un mínimo de nueve actuaciones (tres por cada bloque).:

- actuaciones para mejorar su oferta y su conexión con el espacio natural protegido,
- actuaciones para mejorar su comportamiento ambiental,
- actuaciones para apoyar el desarrollo local y la conservación del patrimonio.

Entre las actuaciones para mejorar su comportamiento ambiental destacan actuaciones de Economía Circular, como el uso de medidas de ahorro y eficiencia en el uso de los recursos, la gestión de los residuos o el apoyo y promoción de productos y servicios locales asociados al turismo (agroalimentarios, artesanía, etc.), así como la colaboración local.



1.2. Carta Europea de Turismo Sostenible

Información adicional

Dentro de las actuaciones vinculadas a la Economía Circular, destacan:

En el bloque II. MEJORAS SOBRE SU COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

- Ahorrar energía
 - Adapta las actividades y/o toma medidas para reducir el consumo energético del transporte (compartir transporte, uso de transporte público, etc.)
 - Utiliza equipos de cogeneración o sistemas de aprovechamiento de energías renovables
 - Reemplaza aparatos/vehículos antiguos por nuevos de mayor eficiencia energética
 - Reemplaza las lámparas incandescentes y halógenos por otras de bajo consumo
- Ahorrar agua
 - Instalación de dispositivos de ahorro de agua
- Reducir residuos
 - Utiliza contenedores para cada tipo de residuos, a disposición de los clientes y del personal
 - Prioriza materiales reciclados, reutilizables y reciclables frente a los de un solo uso
 - Minimiza los residuos de las bolsas de catering para las actividades
- Minimizar la contaminación atmosférica y acústica
 - Utiliza equipos de refrigeración, congelación y aire acondicionado sin CFC o HCFC
 - Promueve la eco-conducción en el desarrollo de sus actividades (actividades formativas, manual de conducción ecológica para su personal, ect.)



1.2. Carta Europea de Turismo Sostenible

Información adicional

Dentro de las actuaciones vinculadas a la Economía Circular, destacan:

En el bloque III. APOYAR EL DESARROLLO LOCAL Y LA CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO

- Apoyar la economía local
 - Compra productos locales y contrata proveedores
 - Si ofrece servicio de comidas: ofrece gastronomía tradicional, platos típicos y de temporada en su menú. O utiliza los servicios de empresas que la ofrezcan
 - Proporciona información a los visitantes sobre tiendas locales, mercados y sobre los productos locales de la zona que pueden adquirir en ellos, así como de alojamientos locales
 - Proporciona información a sus clientes sobre los lugares donde pueden ver procesos de manufactura artesanal o de fabricación de productos agroalimentarios
 - Vende productos locales en su establecimiento
 - Contrata personal local en su empresa
- Gestionar su propiedad y su establecimiento respetando el entorno local
 - Su establecimiento se encuentra en un edificio restaurado que respeta la arquitectura tradicional
- Apoyar las causas locales
 - Apoya económicamente algún proyecto local a través de donaciones o patrocinio
 - Presta sus instalaciones para asociaciones locales y actividades voluntariado
 - Es miembro de alguna asociación local que trabaja para la conservación de los valores naturales y culturales del espacio natural protegido
 - Pone en marcha personalmente proyectos para la conservación de los valores naturales y culturales de su espacio natural protegido
 - Anima a sus clientes a contribuir a las causas locales a través de donaciones, pertenencia a asociaciones locales, patrocinio, suplementos, voluntariado, etcétera.



EUROPARC España



1.2. Carta Europea de Turismo Sostenible/Sistema de reconocimiento de la sostenibilidad del turismo de naturaleza en la Red Natura 2000

ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO

| | | | |
|--|--|--|--|
| Estrategia de Economía Circular de Castilla-La Mancha 2030 | Principios generales | Cooperación y coordinación entre las Administraciones Públicas | Ejes de Actuación |
| | Protección y mejora del medio ambiente | Participación pública | GOBERNANZA |
| | Acción preventiva | Desarrollo sostenible | EDUCACIÓN, CONCIENCIACIÓN Y DIVULGACIÓN |
| | Descarbonización de la economía | Solidaridad entre personas y territorios | COMPETITIVIDAD, INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN |
| | Quien contamina paga | Integración de aspectos medioambientales toma de decisiones | PRODUCCIÓN, BIENES Y SERVICIOS |
| | Protección de la salud | Mejora de la competitividad de la economía | CONSUMO |
| | Racionalización y eficiencia | Generación de empleo de calidad | GESTIÓN DE RESIDUOS |

| | | | | | | | | | |
|---|-----------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|------------------------|----------------------|-----------------------------------|--|---|---|
| Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS | 1 FIN DE LA POBREZA | 2 HAMBRE CERO | 3 SALUD Y BIENESTAR | 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD | 5 IGUALDAD DE GÉNERO | 6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO | 7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE | 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO | 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA |
| | 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES | 11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES | 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES | 13 ACCIÓN POR EL CLIMA | 14 VIDA SUBMARINA | 15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES | 16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS | 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS | |



1.3. Foro anual Economía Circular

Objetivo y descripción

Siendo conscientes de que la economía circular supone un cambio en el modelo económico y de consumo hay que actuar en consecuencia y proporcionar a los empresarios locales formación, herramientas y experiencias que puedan servirles de ayuda en su adaptación a este nuevo paradigma económico y social, del mismo modo, que dotar a la sociedad civil de conocimientos para que como consumidores puedan ejercer como palanca de cambio.

El carácter de continuidad en este foro no se puede limitar a la periodicidad anual, sino que deben establecerse canales de comunicación fluidos entre organizadores, expertos y empresarios que sirvan como tutorización para aquellos empresarios que lo necesiten.

Alcance

Nace con carácter municipal pero con visión comarcal, para que puedan enriquecerse y aprender de otras experiencias similares en la región.

Entidad promotora

Patronato Municipal de Turismo y Economía Circular de Molina de Aragón y ADR Molina

Presupuesto orientativo

18000 €

Fases y calendario orientativo

| Fase | T1 | T2 | T3 | T4 |
|---|----|----|----|----|
| Inventariado y planificación | | | | |
| Gestión y tutorización de iniciativas | | | | |
| Celebración foro anual y publicación conclusiones | | | | |



1.3. Foro anual Economía Circular

ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO

| Estrategia de Economía Circular de Castilla-La Mancha 2030 | Principios generales | Cooperación y coordinación entre las Administraciones Públicas | Ejes de Actuación |
|--|--|--|--|
| | Protección y mejora del medio ambiente | Participación pública | GOBERNANZA |
| | Acción preventiva | Desarrollo sostenible | EDUCACIÓN, CONCIENCIACIÓN Y DIVULGACIÓN |
| | Descarbonización de la economía | Solidaridad entre personas y territorios | COMPETITIVIDAD, INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN |
| | Quien contamina paga | Integración de aspectos medioambientales toma de decisiones | PRODUCCIÓN, BIENES Y SERVICIOS |
| | Protección de la salud | Mejora de la competitividad de la economía | CONSUMO |
| | Racionalización y eficiencia | Generación de empleo de calidad | GESTIÓN DE RESIDUOS |
| Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS | 1 FIN DE LA POBREZA | 2 HAMBRE CERO | 3 SALUD Y BIENESTAR |
| | 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD | 5 IGUALDAD DE GÉNERO | 6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO |
| | 7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE | 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO | 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA |
| | 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES | 11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES | 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES |
| | 13 ACCIÓN POR EL CLIMA | 14 VIDA SUBMARINA | 15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES |
| | 16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS | 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS | |



1.4. Formación en Economía Circular

Objetivo y descripción

Puesta en marcha de un programa formativo específico de economía circular en turismo dirigido a los agentes del sector. El objetivo es ofrecer información útil al sector para contribuir a la implantación de soluciones y al diseño y desarrollo de nuevos proyectos en el destino vinculados a la economía circular. Este programa desarrollará diferentes temáticas en materia de economía circular adaptadas a las necesidades específicas del sector turístico (ver apartado “Información adicional”) a través de contenidos teóricos y de casos de éxito o buenas prácticas que faciliten la comprensión del contenido. Se propone la realización de al menos dos formaciones anuales de formato híbrido (virtual y presencial) para favorecer el acceso a los contenidos al mayor número posible de agentes.

Alcance

El alcance del programa formativo es provincial, siendo beneficiarios del programa formativo tanto los agentes públicos como los privados del destino.

Entidad promotora

Patronato Municipal de Turismo y Economía Circular de Molina de Aragón y ADEL Sierra Norte

Presupuesto orientativo

Asistencia técnica valorada en 10.000 euros anuales.

Fases y calendario orientativo

| Fase | T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 | T7 | T8 |
|--|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Conceptualización y selección de temáticas | | | | | | | | |
| Contratación y diseño del programa | | | | | | | | |
| Impartición del programa formativo | | | | | | | | |



1.4. Formación en Economía Circular

Información adicional

A continuación se indican posibles temáticas de los cursos que integrarían el programa formativo en materia de economía circular:

- Desperdicio alimentario en la hostelería y restauración.
- Gestión y valoración de residuos en hostelería y restauración.
- Diseño de productos, experiencias y servicios turísticos sostenibles.
- Comunicación y sensibilización al turista para la preservación del destino.
- Optimización de los procesos de compra y distribución.
- Eficiencia energética y construcción sostenible en establecimientos turísticos.
- Implantación de modelos de gestión turística sostenibles en destinos turísticos.
- Medición del impacto de la actividad turística en el destino y diseño de planes de compensación.
- Etc.

Por último, también se recomienda la grabación (formato webinar) de los diferentes cursos que integren el programa formativo para permitir el acceso a la formación a aquellos profesionales que no puedan asistir en el momento de su impartición, creando así un repositorio formativo virtual en materia de economía circular.



1.4. Formación en Economía Circular

ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO

| | | | |
|--|--|--|--|
| Estrategia de Economía Circular de Castilla-La Mancha 2030 | Principios generales | Cooperación y coordinación entre las Administraciones Públicas | Ejes de Actuación |
| | Protección y mejora del medio ambiente | Participación pública | GOBERNANZA |
| | Acción preventiva | Desarrollo sostenible | EDUCACIÓN, CONCIENCIACIÓN Y DIVULGACIÓN |
| | Descarbonización de la economía | Solidaridad entre personas y territorios | COMPETITIVIDAD, INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN |
| | Quien contamina paga | Integración de aspectos medioambientales toma de decisiones | PRODUCCIÓN, BIENES Y SERVICIOS |
| | Protección de la salud | Mejora de la competitividad de la economía | CONSUMO |
| | Racionalización y eficiencia | Generación de empleo de calidad | GESTIÓN DE RESIDUOS |

| | | | | | | | | | |
|---|-----------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|------------------------|----------------------|-----------------------------------|--|---|---|
| Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS | 1 FIN DE LA POBREZA | 2 HAMBRE CERO | 3 SALUD Y BIENESTAR | 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD | 5 IGUALDAD DE GÉNERO | 6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO | 7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE | 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO | 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA |
| | 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES | 11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES | 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES | 13 ACCIÓN POR EL CLIMA | 14 VIDA SUBMARINA | 15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES | 16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS | 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS | |

2

Reducción de residuos y emisiones

2.1.

Compostaje de residuos orgánicos

2.2.

Movilidad Turística cero emisiones

2.3.

Servicio de lavandería integrado

2.4.

Central de compras para agentes del sector turístico



2.1 Compostaje de residuos orgánicos

Objetivo y descripción

El objetivo es dar un segundo uso a los residuos orgánicos generados en los establecimientos turísticos, gestionando una correcta recogida de los mismos que promueva y facilite la colaboración de los agentes locales, y con el firme propósito de obtener un compost orgánico y de calidad -mediante el correcto tratamiento de estos residuos- y que éste pueda ser usado y comercializado para las huertas de la zona.

Para el desarrollo de este proyecto se quiere involucrar no sólo a los empresarios turísticos y al ente encargado de los residuos municipales, sino también a la sociedad civil, mediante actividades con el colegio que fomenten la selección de los residuos y se haga partícipes a los niños de la zona de la importancia de la valorización de los residuos.

Alcance

Dada la orografía de la zona, en un primer momento, para el desarrollo de este proyecto se contará con los locales de Molina, con el objetivo de que –en un futuro próximo–, se pueda desarrollar este mismo proyecto en algunos otros lugares de la comarca.

Entidad promotora

Ayto. Molina de Aragón, ADR Molina y CP Virgen de la Hoz

Presupuesto orientativo

6000 – 9000 €

Fases y calendario orientativo

| Fase | T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 | T7 | T8 |
|--|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Planificación y zonificación de la compostera | | | | | | | | |
| Implantación de tecnología para cribado y lixiviado | | | | | | | | |
| Tratamiento, ensacado, talleres “informativos y formativos” y comercialización | | | | | | | | |

2.1

Compostaje de residuos orgánicos



Información adicional

Como se ha mencionado con anterioridad, existe un compromiso por parte del Ayuntamiento de Molina de Aragón de **cesión de una parcela municipal para este uso**.

Esta parcela ha de ser zonificada para dotarla de las siguientes instalaciones:

- ☐ Zona de recepción y clasificación.
- ☐ Zona de pretratamiento.
- ☐ Zona de fermentación.
- ☐ Zona de maduración.
- ☐ Zona de cribado, control de calidad y ensacado.

2.1. Compostaje de residuos orgánicos



ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO

| | | | |
|--|--|--|--|
| Estrategia de Economía Circular de Castilla-La Mancha 2030 | Principios generales | Cooperación y coordinación entre las Administraciones Públicas | Ejes de Actuación |
| | Protección y mejora del medio ambiente | Participación pública | GOBERNANZA |
| | Acción preventiva | Desarrollo sostenible | EDUCACIÓN, CONCIENCIACIÓN Y DIVULGACIÓN |
| | Descarbonización de la economía | Solidaridad entre personas y territorios | COMPETITIVIDAD, INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN |
| | Quien contamina paga | Integración de aspectos medioambientales toma de decisiones | PRODUCCIÓN, BIENES Y SERVICIOS |
| | Protección de la salud | Mejora de la competitividad de la economía | CONSUMO |
| | Racionalización y eficiencia | Generación de empleo de calidad | GESTIÓN DE RESIDUOS |

| | | | | | | | | | |
|---|-----------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|------------------------|----------------------|-----------------------------------|--|---|---|
| Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS | 1 FIN DE LA POBREZA | 2 HAMBRE CERO | 3 SALUD Y BIENESTAR | 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD | 5 IGUALDAD DE GÉNERO | 6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO | 7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE | 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO | 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA |
| | 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES | 11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES | 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES | 13 ACCIÓN POR EL CLIMA | 14 VIDA SUBMARINA | 15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES | 16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS | 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS | |

2.2

Iniciativa de Movilidad turística cero emisiones



Objetivo y descripción

El objetivo es crear infraestructuras y medios para que los desplazamientos asociados a la actividad turística en los espacios turísticos, sobre todo en los Parques Naturales, se realicen de forma sostenible y a la vez generen el desarrollo de una economía local, basada en la economía circular.

El resultado esperado es la creación de una iniciativa de movilidad turística, aprovechando infraestructuras y recursos actuales, que faciliten al turista durante su desplazamiento al destino el acceso a recursos de interés turístico sin generar emisiones (desplazamientos a pie, bicicleta o vehículos eléctricos) a la vez que se promueve un turismo más activo y saludable.

Alcance

El alcance es provincial, involucrando en su realización a los municipios turísticos, a los gestores de los Parques Naturales, así como a agentes del sector turístico privado (empresas de transporte, de alquiler de bicicletas).

Entidad promotora

Ayuntamientos incluidos en los Espacios Naturales/ Parque Natural Alto Tajo/Parque Natural Sierra Norte Guadalajara

Presupuesto orientativo

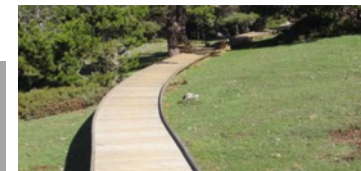
Asistencia técnica valorada en 30.000 euros. Ejecución estimada en 200.000 euros

Fases y calendario orientativo

| Fase | T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 | T7 | T8 |
|---|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Planificación y contratación de la asistencia técnica | | | | | | | | |
| Realización del estudio y diseño de proyectos | | | | | | | | |
| Licitación y ejecución de las acciones | | | | | | | | |

2.2

Iniciativa de Movilidad turística cero emisiones



Información adicional

Se propone el desarrollo de una iniciativa de Movilidad turística cero emisiones, basada en la creación de Aparcamientos en municipios turísticos desde donde se ofrece al turista la posibilidad de acceder a los recursos turísticos de los Parques Naturales de Alto Tajo y de Sierra Norte de Guadalajara, con medios de transporte sostenibles: transporte colectivos híbridos o eléctricos y bicicletas.

Esta iniciativa se sustenta en los siguientes criterios relacionados con la Economía Circular:

- Permite el desarrollo de la economía local, ya que los visitantes acceden al municipio desde donde podrán realizar compras de productos locales o ir a restaurantes.
- Permite la creación de nuevos empleos, para la gestión de los aparcamientos (vigilancia, mantenimiento) será necesaria la contratación de personal local.
- Permite el desarrollo de nuevas iniciativas de desarrollo económico, empresas de transporte sostenibles, de alquiler de bicicletas y/o empresas de visitas guiadas.
- Facilita la gestión de residuos, ya que se realizará desde el propio municipio, se invitará a los visitantes que acceden desde este punto a que vuelvan a traer los residuos hasta el mismo punto, gracias al Kit del Turista. El aparcamiento dispondrá de contenedores para reciclar.
- Se reducen las emisiones, gracias al uso de medios de transporte sostenibles, y se minimiza el impacto sobre el medio natural.

2.2

Iniciativa de Movilidad turística cero emisiones



Información adicional

Para desarrollar esta iniciativa se propone desarrollar un estudio de movilidad y posteriormente ejecutar las acciones que se definan en el estudio. El estudio definirá:

- Identificación de las ubicaciones más idóneas para la creación de los aparcamientos para evitar que el turista realice desplazamientos innecesarios en vehículo privado. Definición de las actuaciones para adecuación de los aparcamientos, señalización, vallado, etc
- Estudio de la viabilidad de concesiones pública municipales para la prestación de servicios de movilidad y transporte (por ejemplo, alquiler de bicicletas, lanzaderas a modo de microbús eléctrico o tren turístico eléctrico, servicios de los centros BTT, etc.).
- Definición de senderos o rutas que conecten los aparcamientos con los recursos de interés turístico que el turista pueda recorrer a pie o bicicleta.
- Diseño de espacios BTT para promover y facilitar la visita de usuarios de bicicleta en el destino y en el que pueda encontrar diferentes servicios como alquiler de bicicletas, reparación de averías, asistencia, limpieza de bicicletas, etc.

2.2. Estudio de movilidad cero emisiones



ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO

| | | | |
|--|--|--|--|
| Estrategia de Economía Circular de Castilla-La Mancha 2030 | Principios generales | Cooperación y coordinación entre las Administraciones Públicas | Ejes de Actuación |
| | Protección y mejora del medio ambiente | Participación pública | GOBERNANZA |
| | Acción preventiva | Desarrollo sostenible | EDUCACIÓN, CONCIENCIACIÓN Y DIVULGACIÓN |
| | Descarbonización de la economía | Solidaridad entre personas y territorios | COMPETITIVIDAD, INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN |
| | Quien contamina paga | Integración de aspectos medioambientales toma de decisiones | PRODUCCIÓN, BIENES Y SERVICIOS |
| | Protección de la salud | Mejora de la competitividad de la economía | CONSUMO |
| | Racionalización y eficiencia | Generación de empleo de calidad | GESTIÓN DE RESIDUOS |

| | | | | | | | | | |
|---|-----------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|------------------------|----------------------|-----------------------------------|--|---|---|
| Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS | 1 FIN DE LA POBREZA | 2 HAMBRE CERO | 3 SALUD Y BIENESTAR | 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD | 5 IGUALDAD DE GÉNERO | 6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO | 7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE | 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO | 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA |
| | 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES | 11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES | 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES | 13 ACCIÓN POR EL CLIMA | 14 VIDA SUBMARINA | 15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES | 16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS | 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS | |



2.3

Servicio de lavandería integrado

Objetivo y descripción

El objetivo principal que se persigue con este proyecto es dotar a la comarca de un servicio necesario teniendo en cuenta la oferta de alojamiento y restauración existente y potencial en la zona.

Con esta servicio de lavandería se generaría empleo en la comarca, se evitarían los largos desplazamientos, mitigando la huella de carbono y asegurando que el servicio que se realiza sea con productos sensibles con el medio ambiente y despachados a granel (evitando los plásticos de un solo uso).

Se ofrecería servicio de transporte y recogida con un vehículo de bajas emisiones, así como lavado, secado y planchado.

Dada la elevada inversión inicial y lo necesario de este proyecto para la zona, desde el nuevo Patronato Municipal de Turismo y Economía Circular de Molina de Aragón se buscarían los fondos necesarios para acometer estas obras y después se sacaría a concurso público la explotación de la misma.

Alcance

Molina de Aragón y comarca del Alto Tajo.

Entidad promotora

Patronato Municipal de Turismo y Economía Circular de Molina de Aragón (inversión pública + concesión privada)

Presupuesto orientativo

60000 – 75000 € (maquinaria, local, vehículo y materias primas necesarias arranque actividad)

Fases y calendario orientativo

| Fase | T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 | T7 | T8 |
|--|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Planificación y contratación de la asistencia técnica | | | | | | | | |
| Licitación, compras y plan de ejecución en coordinación con los agentes de la zona | | | | | | | | |
| Puesta en marcha | | | | | | | | |

2.3

Servicio de lavandería integrado



Información adicional

En la zona de Molina de Aragón y en la comarca del Alto Tajo encontramos que el servicio de lavandería es externalizado en el 20 – 30 % de los negocios (aproximadamente), mientras que la mayoría son ellos mismos los que se encargan de esta tarea.

Hemos realizado un pequeño cuestionario para tratar de determinar en ambos casos el coste que les supone este servicio, ya sea en términos meramente monetarios, en caso de que se externalice, y también, evaluar el coste de oportunidad en horas y los costes económicos (luz, agua, materia prima, amortización de maquinaria, etc) para los que lo hacen ellos mismos.

Ofrecemos algunos de los datos y conclusiones más relevantes que hemos obtenido:

- En el caso de los que no externalizan el servicio es importante subrayar la ingente cantidad de tiempo que les acarrea esta tarea, mermando su capacidad de gestión, servicio e innovación, realizando tareas de poco valor añadido.
- Según los datos aportados por algunos usuarios del servicio de lavandería, se podría determinar que el coste unitario por habitación media ronda los 7 € + el 21% de IVA.
- La lavandería con la que tienen contratado el servicio está situada en Teruel, por lo que ésta realiza unos 200 kms para los establecimientos ubicados en Molina y unos 270 kms aproximadamente para aquellos situados en la sierra, con una periodicidad de una vez por semana indistintamente de la temporada.
- Un alojamiento con unas 10 habitaciones genera unos 30 kgs de ropa por semana, por lo que aquellos que realizan esta tarea por su cuenta invierten una media de 8 horas en llevarla a cabo.
- Los alojamientos que no externalizan este servicio estarían dispuestos a dejar de hacerlo por su cuenta si se abriese un establecimiento en la comarca, ya que son conscientes de las ineficiencias que provocan en sus resultados.

2.3. Servicio de lavandería integrado



ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO

| | | | |
|--|--|--|--|
| Estrategia de Economía Circular de Castilla-La Mancha 2030 | Principios generales | Cooperación y coordinación entre las Administraciones Públicas | Ejes de Actuación |
| | Protección y mejora del medio ambiente | Participación pública | GOBERNANZA |
| | Acción preventiva | Desarrollo sostenible | EDUCACIÓN, CONCIENCIACIÓN Y DIVULGACIÓN |
| | Descarbonización de la economía | Solidaridad entre personas y territorios | COMPETITIVIDAD, INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN |
| | Quien contamina paga | Integración de aspectos medioambientales toma de decisiones | PRODUCCIÓN, BIENES Y SERVICIOS |
| | Protección de la salud | Mejora de la competitividad de la economía | CONSUMO |
| | Racionalización y eficiencia | Generación de empleo de calidad | GESTIÓN DE RESIDUOS |

| | | | | | | | | | |
|---|-----------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|------------------------|----------------------|-----------------------------------|--|---|---|
| Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS | 1 FIN DE LA POBREZA | 2 HAMBRE CERO | 3 SALUD Y BIENESTAR | 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD | 5 IGUALDAD DE GÉNERO | 6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO | 7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE | 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO | 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA |
| | 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES | 11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES | 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES | 13 ACCIÓN POR EL CLIMA | 14 VIDA SUBMARINA | 15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES | 16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS | 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS | |



2.4

Central de Compras Centralizada

Objetivo y descripción

Con la puesta en marcha de este proyecto se persiguen los siguientes objetivos:

- El abaratamiento de los costes unitarios mediante la economía de escala.
- Facilitar el acceso a productos de alta calidad, locales, ecológicos, de temporada y singulares que permitan alinear y mejorar la oferta gastronómica existente en la comarca. , productos de limpieza e higiene, menaje, mobiliario, imprentas, papelería, ...)
- Promover acuerdos con productores locales, atendiendo a criterios de compras de proximidad.
- Proporcionar un espacio de encuentro e interés para los empresarios locales, atajando uno de los principales problemas en la región que no es otro que la falta de unión entre agentes locales.
- Por último, ayudaría a mitigar la huella de carbono generada por las compras en áreas más alejadas.

Alcance

Este proyecto se diseña de cara a aportar soluciones a los empresarios turísticos de Molina de Aragón y su comarca, implementando canales cortos de distribución

Entidad promotora

Pat. Muni. Tur. y E. C. de Molina de Aragón, Ayuntamiento de Molina de Aragón (cesión del local) Geoparque Molina de Aragón- Alto Tajo, ATRAMA y ADR Molina

Presupuesto orientativo

15000 - 25000 €/año (salario personal compras/logística + suministros + equipos)

Fases y calendario orientativo

| Fase | T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 | T7 | T8 |
|--|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Planificación, adaptación del local y delimitación ejes de actuación | | | | | | | | |
| Acuerdos con agentes locales, convenios con productores y puesta en marcha | | | | | | | | |

2.4

Central de Compras Centralizada



Información adicional

Desde el Patronato Municipal de Turismo y Economía Circular de Molina de Aragón se trabajará en este proyecto de manera coordinada con el Ayuntamiento, que será el encargado de ceder para este proyecto un local apropiado para el acopio de los materiales y productos que desde la Central de Compras repartiremos entre el sector de la hostelería desde la Comarca. Del mismo modo, se trabajará con el Geoparque Molina de Aragón – Alto Tajo ya que ellos serán quienes con su personal se encarguen de la venta de los productos en el local.

Como se puede apreciar esta central de compras ha de ser dirigida desde la más plena gobernanza ya que además de coordinar esfuerzos y actividades entre los tres entes promotores de la iniciativa, se debe poner en valor el producto local para lo que necesitamos trabajar codo con codo con productores, del mismo modo que adecuar la oferta a las necesidades específicas del sector y tratando de obtener unos precios competitivos con los comercializadores locales.

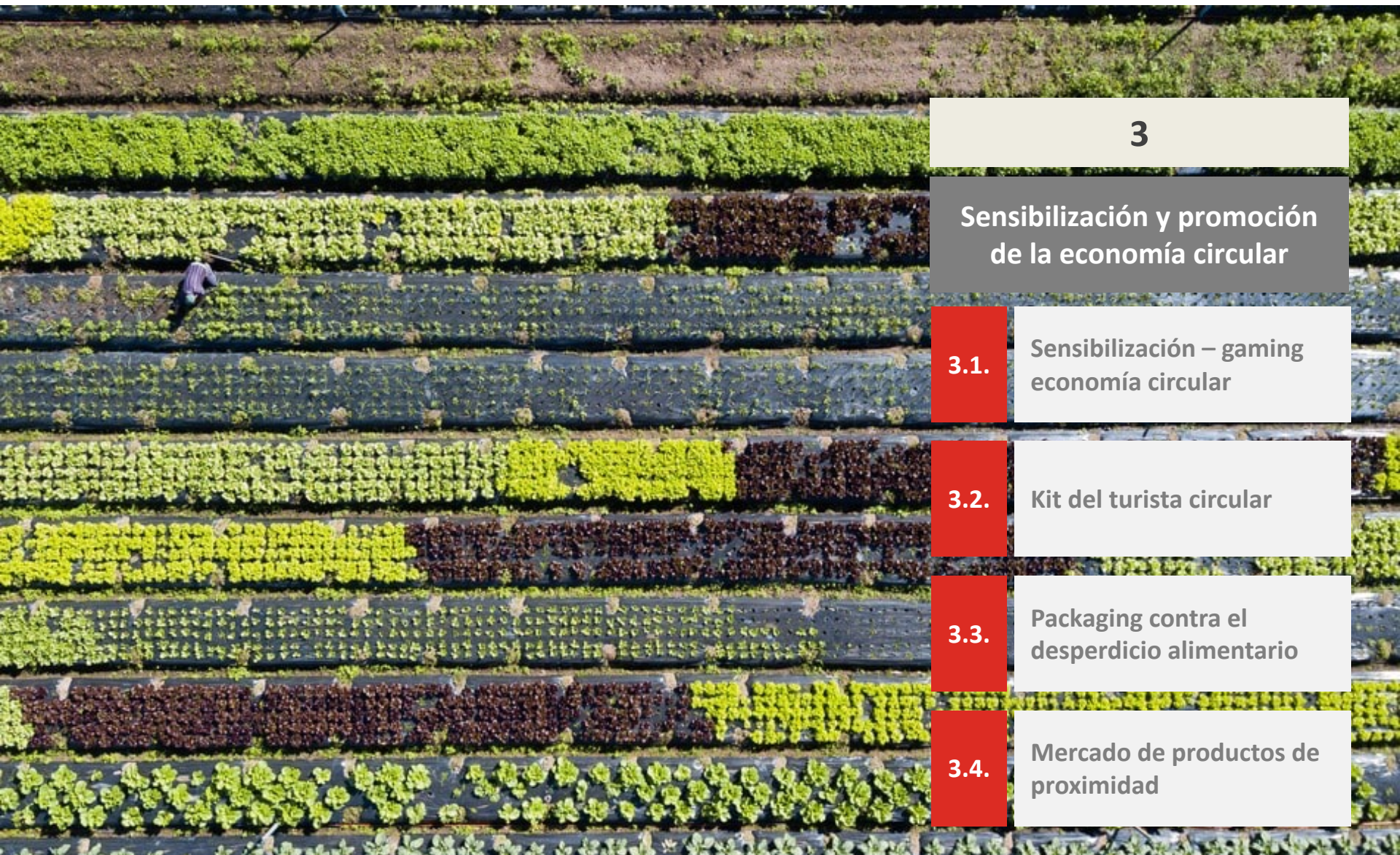


2.4. Central de compras centralizada

ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO

| Estrategia de Economía Circular de Castilla-La Mancha 2030 | Principios generales | Cooperación y coordinación entre las Administraciones Públicas | Ejes de Actuación |
|--|--|--|--|
| | Protección y mejora del medio ambiente | Participación pública | GOBERNANZA |
| | Acción preventiva | Desarrollo sostenible | EDUCACIÓN, CONCIENCIACIÓN Y DIVULGACIÓN |
| | Descarbonización de la economía | Solidaridad entre personas y territorios | COMPETITIVIDAD, INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN |
| | Quien contamina paga | Integración de aspectos medioambientales toma de decisiones | PRODUCCIÓN, BIENES Y SERVICIOS |
| | Protección de la salud | Mejora de la competitividad de la economía | CONSUMO |
| | Racionalización y eficiencia | Generación de empleo de calidad | GESTIÓN DE RESIDUOS |
| Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS | 1 FIN DE LA POBREZA | 2 HAMBRE CERO | 3 SALUD Y BIENESTAR |
| | 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD | 5 IGUALDAD DE GÉNERO | 6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO |
| | 7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE | 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO | 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA |
| | 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES | 11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES | 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES |
| | 13 ACCIÓN POR EL CLIMA | 14 VIDA SUBMARINA | 15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES |
| | 16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS | 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS | |





3

Sensibilización y promoción de la economía circular

3.1.

Sensibilización – gaming economía circular

3.2.

Kit del turista circular

3.3.

Packaging contra el desperdicio alimentario

3.4.

Mercado de productos de proximidad



3.1 Sensibilización – Gaming- Economía Circular

Objetivo y descripción

El objetivo de esta acción es sensibilizar e implicar a los turistas que nos visitan, en una experiencia turística activa, dando a conocer mediante un juego la apuesta de la provincia por un turismo más sostenible y circular.

Mediante una aplicación digital y realidad aumentada, el turista irá recorriendo lugares y/o conociendo proyectos vinculados a la Economía Circular, irán contestando preguntas y/o realizando distintas pruebas para ir adquiriendo un mayor conocimiento de que es un turismo sostenible a través de diferentes niveles.

Para aprovechar sinergias y fomentar la colaboración entre los agentes, la consecución de puntos o de los diferentes niveles podrán ser canjeados por ventajas o descuentos en los productos y establecimientos adheridos al proyecto de la Marca de identidad Comarcal (Ficha 1.1)

Alcance

El alcance del proyecto es provincial, siendo beneficiarios del tanto los turistas como los agentes privados vinculados al proyecto de la Marca de Identidad y otros proyectos desarrollados en este plan.

Entidad promotora

ADEL SIERRA NORTE/Parque Natural Alto Tajo/Parque Natural Sierra Norte Guadalajara

Presupuesto orientativo

Desarrollo Técnico 30.000 euros
Acciones de Promoción 15.000€

Fases y calendario orientativo

| Fase | T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 | T7 | T8 |
|--|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Conceptualización de la experiencia Gaming | | | | | | | | |
| Desarrollo de la aplicación digital | | | | | | | | |
| Implantación y promoción de la acción | | | | | | | | |



3.1. Sensibilización – Gaming- Economía Circular

ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO

| | | | |
|--|--|--|--|
| Estrategia de Economía Circular de Castilla-La Mancha 2030 | Principios generales | Cooperación y coordinación entre las Administraciones Públicas | Ejes de Actuación |
| | Protección y mejora del medio ambiente | Participación pública | GOBERNANZA |
| | Acción preventiva | Desarrollo sostenible | EDUCACIÓN, CONCIENCIACIÓN Y DIVULGACIÓN |
| | Descarbonización de la economía | Solidaridad entre personas y territorios | COMPETITIVIDAD, INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN |
| | Quien contamina paga | Integración de aspectos medioambientales toma de decisiones | PRODUCCIÓN, BIENES Y SERVICIOS |
| | Protección de la salud | Mejora de la competitividad de la economía | CONSUMO |
| | Racionalización y eficiencia | Generación de empleo de calidad | GESTIÓN DE RESIDUOS |

| | | | | | | | | | |
|---|-----------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|------------------------|----------------------|-----------------------------------|--|---|---|
| Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS | 1 FIN DE LA POBREZA | 2 HAMBRE CERO | 3 SALUD Y BIENESTAR | 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD | 5 IGUALDAD DE GÉNERO | 6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO | 7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE | 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO | 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA |
| | 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES | 11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES | 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES | 13 ACCIÓN POR EL CLIMA | 14 VIDA SUBMARINA | 15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES | 16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS | 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS | |

3.2. Kit del turista circular



Objetivo y descripción

Entrega al turista del destino a modo de obsequio de un “kit” que contribuya a su sensibilización acerca de la sostenibilidad del destino y a impulsar la economía circular durante su desplazamiento turístico.

El objetivo es concienciar al turista sobre la economía circular, y que aporte su granito de arena, facilitando la recogida de residuos, separación y reciclado. Y el consumo de los productos locales.

Alcance

El alcance de esta iniciativa es provincial, siendo el destinatario del “Kit del turista circular” cualquier visitante del destino (y en especial aquellos que realicen actividades en el entorno natural).

Entidad promotora

ADEL SIERRA NORTE/Parque Natural Alto Tajo/Parque Natural Sierra Norte de Guadalajara/ADR Molina

Presupuesto orientativo

40.000 euros /año (para la adquisición de unos 5.000 kits).

Fases y calendario orientativo

| Fase | T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 | T7 | T8 |
|--|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Diseño e imagen del kit | | | | | | | | |
| Contratación y producción de los kits. | | | | | | | | |
| Distribución en oficinas de turismo | | | | | | | | |

3.2. Kit del turista circular



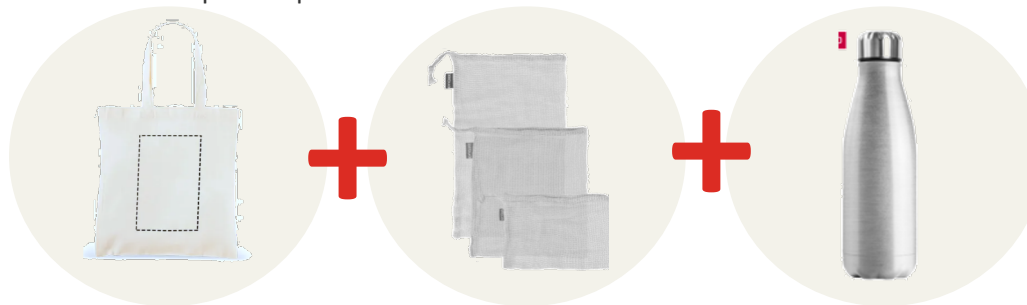
Información adicional

Este “Kit” podría entregarse en las oficinas de turismo del destino y en los centros de recepción de visitantes de los espacios naturales. Podría incluir, por ejemplo, los siguientes elementos: (i) una bolsa grande de tela reutilizable que sirva de contenedor del resto de artículos y pueda ser usada por el turista para transportar sus compras en los comercios locales y sus residuos hasta los puntos de reciclaje; (ii) un pack de bolsas de menor tamaño de diferentes colores (amarillo, marrón y blanco) para que se separen los residuos (plásticos y envases, orgánico y desechos; y (iii) una botella reutilizable para reducir el uso de envases de plástico.

La bolsa tendrá en la parte exterior un código QR, para la descarga de la información turística de la zona: mapa, recursos y servicios turísticos, consejos de buenas prácticas en economía circular y recomendaciones de uso y disfrute de la actividad turística.

Este Kit además facilitará la recogida de residuos en los espacios naturales, facilitando a los ayuntamientos y gestores de los espacios su recogida y clasificación.

Ejemplo ilustrativo de los elementos que compondrían el “Kit del turista circular”:



3.2. Kit del turista circular



ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO

| | | | |
|--|--|--|--|
| Estrategia de Economía Circular de Castilla-La Mancha 2030 | Principios generales | Cooperación y coordinación entre las Administraciones Públicas | Ejes de Actuación |
| | Protección y mejora del medio ambiente | Participación pública | GOBERNANZA |
| | Acción preventiva | Desarrollo sostenible | EDUCACIÓN, CONCIENCIACIÓN Y DIVULGACIÓN |
| | Descarbonización de la economía | Solidaridad entre personas y territorios | COMPETITIVIDAD, INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN |
| | Quien contamina paga | Integración de aspectos medioambientales toma de decisiones | PRODUCCIÓN, BIENES Y SERVICIOS |
| | Protección de la salud | Mejora de la competitividad de la economía | CONSUMO |
| | Racionalización y eficiencia | Generación de empleo de calidad | GESTIÓN DE RESIDUOS |

| | | | | | | | | | |
|---|--------------------------------------|--|---|---------------------------|-------------------------|--------------------------------------|---|--|--|
| Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS | 1 FIN DE LA POBREZA | 2 HAMBRE CERO | 3 SALUD Y BIENESTAR | 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD | 5 IGUALDAD DE GÉNERO | 6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO | 7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE | 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO | 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA |
| | 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES | 11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES | 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES | 13 ACCIÓN POR EL CLIMA | 14 VIDA SUBMARINA | 15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES | 16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS | 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS | |

3.3. Packaging contra el desperdicio alimentario



Objetivo y descripción

Puesta a disposición de los establecimientos de hostelería y restauración del destino envases de cartón reciclado (o de otro material sostenible) – y bajo una imagen unificada - para que los visitantes puedan llevarse la comida sobrante que no consuman en el establecimiento.

Esta medida, además de reducir el desperdicio alimentario en la hostelería, contribuirá a la sensibilización y la promoción de la economía circular y la protección al medio ambiente (incluyendo mensajes que animen a los visitantes a adoptar conductas de consumo responsable). Además, el propio envase puede utilizarse como soporte de mensajes promocionales del propio destino – de sus productos y servicios -, así como de los productos agroalimentarios de proximidad.

Alcance

El alcance de esta iniciativa es provincial, poniendo estos envases a disposición de los establecimientos de hostelería y restauración en aquellos puntos de elevada afluencia turística.

Entidad promotora

ADEL SIERRA NORTE/ADR MOLINA

Presupuesto orientativo

7.500 euros / año (15.000 envases -0,50 céntimos coste unitario -).

Fases y calendario orientativo

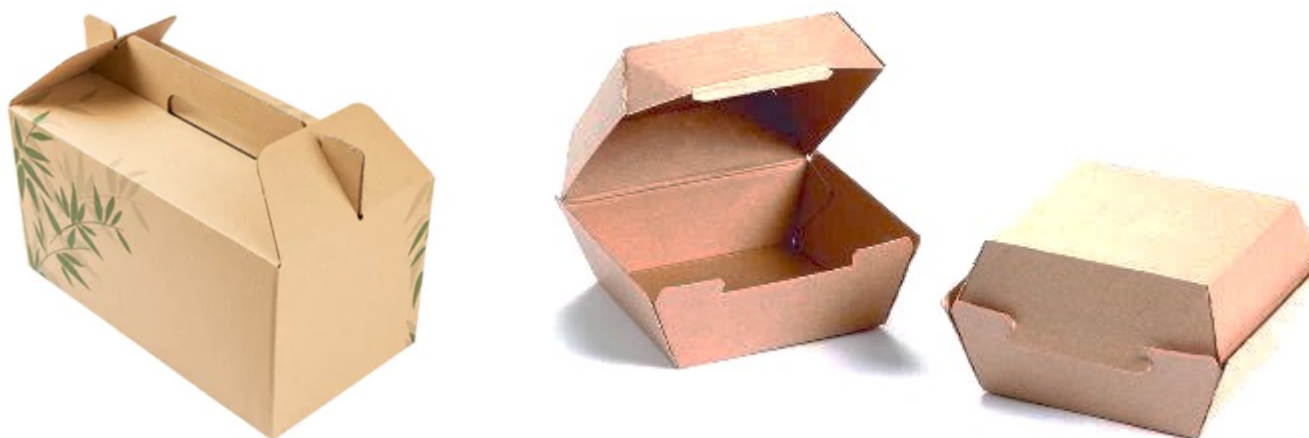
| Fase | T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 | T7 | T8 |
|--|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Diseño e imagen de los envases | | | | | | | | |
| Contratación y producción de los envases | | | | | | | | |
| Distribución a los establecimientos hosteleros | | | | | | | | |

3.3. Packaging contra el desperdicio alimentario



Información adicional

Ejemplo ilustrativo de la tipología de envases que podrían utilizarse en esta iniciativa:



Se propone crear una edición de envases (en cuanto a diseño y mensajes) cada año. Este tipo de envase permite combinar tanto información promocional del destino (logotipos, productos, destinos, recursos, etc.) y de los productos agroalimentarios del territorio, como otra información destinada a concienciar y sensibilizar a su usuario acerca del consumo responsable.

3.3. Packaging contra el desperdicio alimentario



ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO

| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|------------------------|----------------------|-----------------------------------|--|---|---|
| Estrategia de Economía Circular de Castilla-La Mancha 2030 | Principios generales | Cooperación y coordinación entre las Administraciones Públicas | Ejes de Actuación | | | | | | |
| | Protección y mejora del medio ambiente | Participación pública | GOBERNANZA | | | | | | |
| | Acción preventiva | Desarrollo sostenible | EDUCACIÓN, CONCIENCIACIÓN Y DIVULGACIÓN | | | | | | |
| | Descarbonización de la economía | Solidaridad entre personas y territorios | COMPETITIVIDAD, INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN | | | | | | |
| | Quien contamina paga | Integración de aspectos medioambientales toma de decisiones | PRODUCCIÓN, BIENES Y SERVICIOS | | | | | | |
| | Protección de la salud | Mejora de la competitividad de la economía | CONSUMO | | | | | | |
| | Racionalización y eficiencia | Generación de empleo de calidad | GESTIÓN DE RESIDUOS | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS | 1 FIN DE LA POBREZA | 2 HAMBRE CERO | 3 SALUD Y BIENESTAR | 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD | 5 IGUALDAD DE GÉNERO | 6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO | 7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE | 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO | 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA |
| | 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES | 11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES | 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES | 13 ACCIÓN POR EL CLIMA | 14 VIDA SUBMARINA | 15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES | 16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS | 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS | |

3.4. Mercado de productos de proximidad

Objetivo y descripción

El objetivo es la diferenciación y puesta en valor de los productos de la región/comarca, potenciando su uso y combinando la estrategia de desarrollo de este mercado con la de la marca de identidad comarcal. El mercado de productos de proximidad es una apuesta decidida por la promoción de los productos KM0. Para ello será necesario identificar aquellos productos locales, comarcales y provinciales que puedan aportar al sector turístico (productos de alimentación) atendiendo a criterios de calidad. El objetivo es crear una red de productores – consumidores locales que se nutran potenciando la economía local y la capacidad para generar empleo.

Alcance

Esta acción es un proyecto que va de lo local, a lo comarcal y provincial.

Entidad promotora

APAG (Asociación Provincial de Agricultores y Ganaderos)

Presupuesto orientativo

Estudio-identificación (9.000 €) + Promoción (12.000 €), Puesta en marcha_ Mercado (30.000 €/anuales), APP Central compras (60.000 €)

Fases y calendario orientativo

| Fase | T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 | T7 | T8 |
|--|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Estudio. Identificación | | | | | | | | |
| Promoción y comunicación al sector turístico | | | | | | | | |
| Puesta en marcha: Mercado Territorial/Mejora de APP Alimentos de Guadalajara | | | | | | | | |

3.4. Mercado de productos de proximidad

Información adicional

En la actualidad la APAG está integrada por una gran parte de los productores agroalimentarios de la provincia. Y dispone de supermercado en Guadalajara y en Molina de Aragón, y próximamente en Sigüenza., desde donde se ofrecen los productos. En el 2019 se organizó un Mercado de Productos de Guadalajara y este año se va a volver a retomar en septiembre durante los días 26-27 en Sigüenza. Además dispone de una Web específica donde se venden los productos <https://alimentosdeguadalajara.es/>

Teniendo en cuenta el trabajo desarrollado por APAG y la importancia del consumo de proximidad en la Economía Circular, se propone apoyar esta iniciativa. Por un lado, ampliando el número de productores agroalimentarios asociados, para ello será necesario identificar los productores locales, comarcales y provinciales, posteriormente deberá de ponerse en marcha las acciones de comunicación al sector turístico para que conozcan los productos identificados. El objetivo es ampliar los socios identificando e integrándolos en el proyecto.

Posteriormente se promocionará y ampliará la Web, <https://alimentosdeguadalajara.es/> con los nuevos socios y productos.

Además se propone ampliar la presencia del Mercado de Productores, realizando un mercado mensual que rote en las zonas turísticas (Guadalajara, Sigüenza, Molina de Aragón, y otros municipios). Un espacio donde se puedan comprar productos, sobre todo los alimenticios y artesanales, no solo por el sector turístico (restauración, alojamientos y comercio) sino también por los visitantes y población local. De esta manera se promociona el consumo de los productos KM0.

3.4. Mercado de productos de proximidad

ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO

| Estrategia de Economía Circular de Castilla-La Mancha 2030 | Principios generales | Cooperación y coordinación entre las Administraciones Públicas | Ejes de Actuación |
|--|--|--|--|
| | Protección y mejora del medio ambiente | Participación pública | GOBERNANZA |
| | Acción preventiva | Desarrollo sostenible | EDUCACIÓN, CONCIENCIACIÓN Y DIVULGACIÓN |
| | Descarbonización de la economía | Solidaridad entre personas y territorios | COMPETITIVIDAD, INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN |
| | Quien contamina paga | Integración de aspectos medioambientales toma de decisiones | PRODUCCIÓN, BIENES Y SERVICIOS |
| | Protección de la salud | Mejora de la competitividad de la economía | CONSUMO |
| | Racionalización y eficiencia | Generación de empleo de calidad | GESTIÓN DE RESIDUOS |
| Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS | 1 FIN DE LA POBREZA | 2 HAMBRE CERO | 3 SALUD Y BIENESTAR |
| | 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD | 5 IGUALDAD DE GÉNERO | 6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO |
| | 7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE | 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO | 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA |
| | 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES | 11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES | 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES |
| | 13 ACCIÓN POR EL CLIMA | 14 VIDA SUBMARINA | 15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES |
| | 16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS | 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS | |

A

Anexo

Encuesta: proyectos existentes en el territorio y propuestas de futuro

ANEXO. ENCUESTAS

Contactos que han realizado las encuestas.

- SERVICIO DE POLÍTICA FORESTAL Y ESPACIOS NATURALES
- REPUEBLO
- Ayuntamiento de Sigüenza - Oficina Municipal de Turismo
- Oficina de Turismo
- SEGONTIA RURAL, S.L. CENTRO ECOTURISMO BARBATONA 19262 BARBATONA-SIGÜENZA -8GUADALAJARA). 651917311
- GEOPARQUE MOLINA Y ALTO TAJO
- Victor Jimenez Navarro
- Raúl Rodríguez - Asociación Vasija- Campamento Juvenil Condemios de Arriba
- Parador de Santa Rita
- CENTRO DE INTERPRETACIÓN DE CHECA
- ASOCIACIÓN AMIGOS DEL MUSEO DE MOLINA
- Ayuntamiento Campillo de Ranas
- Alojamientos Rurales La Melera
- Ayuntamiento de Molina de Aragón
- GEOPARQUE MOLINA - ALTO TAJO
- En Alto Tajo
- ADR Molina de Aragón - Alto Tajo
- Asociación Provincial de Agricultores y Ganaderos de Guadalajara
- CASA RURAL EL BÚ
- Ayuntamiento de Sigüenza
- CONCEJALIA TURISMO MOLINA DE ARAGON
- Casa Rural Las Albertas
- Isabelle Bancheraud
- PARADOR DE SIGÜENZA
- ADEL Sierra Norte
- Ayuntamiento de San Andres del Congosto
- Gemma

ANEXO. ENCUESTAS

Proyectos que los encuestados han sugerido como interesantes

1. AGENDA URBANA DEL ALTO TAJO

La Agenda Urbana del Alto Tajo es un plan de acción con Horizonte 2030 que contiene acciones específicas para la mejora económica, social y ambiental de la Mancomunidad de Municipios del Alto Tajo, formada por 8 ayuntamientos y 10 poblaciones. Esta Agenda urbana supone un auténtico caso de éxito de alianzas y gobernanza en la España Rural. Una fantástica oportunidad para reflexionar sobre qué quieren los territorios ser, hacia dónde quieren caminar y su posicionamiento estratégico en el entorno, España, Europa y el mundo.

Mancomunidad Alto Tajo

Repueblo + Mancomunidad. Posteriormente Mitma y JCLM

2. CARTA EUROPEA DE TURISMO SOSTENIBLE

La Carta Europea de Turismo Sostenible en Espacios Naturales Protegidos (CETS) es una iniciativa de la Federación EUROPARC que tiene como objetivo global promover el desarrollo del turismo en clave de sostenibilidad en los espacios naturales protegidos de Europa

3. APROVECHAMIENTO RECURSOS LOCALES

Aprovechamiento de los recursos locales, tanto recursos humanos como logísticos, para el correcto desarrollo de los servicios ofrecidos por la empresa.

ANEXO. ENCUESTAS

Proyectos que los encuestados han sugerido como interesantes

4. PUNTO DE RECARGA DE COCHES ELÉCTRICOS

Punto de recarga de coches eléctricos

5. COMIDA TRADICIONAL

Recuperación de la dieta zona

Ofrecer un servicio de comidas basado en la tradicional con ingredientes de la zona y de producción conocida e incluso propia en un futuro cercano

BAR PICO DEL ALAR

6. EFICIENCIA ENERGÉTICA

Instalación de placas fotovoltaicas

7. ALIMENTOS DE GUADALAJARA

Grupo de productores locales que venden sus productos en tienda virtual, desarrollo de una marca comercial, contacto continuo con productores, asesoramiento e información sobre ayudas, premios, proyectos, etc., Organización de la Feria anual de Alimentos de Guadalajara

8. AUTO SUFICIENCIA EN MATERIA DE ENERGÍA ELÉCTRICA

Instalación de placas fotovoltaicas

9. SENTIR EL ALTO TAJO

Empresa de experiencias de turismo activo y accesible en el entorno natural del Alto Tajo

ANEXO. ENCUESTAS

Proyectos de Economía Circular en la zona o en otros destinos que debería considerarse en el Plan de Economía Circular del Sector Turístico de Guadalajara

- | | |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Huertos sociales, calderas de biomasa, resinación... la mayoría de ellos son proyectos a través de asociaciones que si bien no persiguen el lucro, muchas de estas iniciativas dan las pistas de por dónde ha de caminar la economía circular. 2. Fundación Apadrina un árbol. https://www.fundacionapadrinaunarbol.org/ 3. Uso y aprovechamiento de las presas en el río Gallo como fuentes energéticas, como ya se hizo hace unos años en la zona del Mesa y revertir la situación de abandono que se encuentran 4. DEL BOSQUE A TU CASA (por ejemplo, cuernos de ciervo encontrados en el bosque que vende como huesos para mascotas). https://delbosqueatucasa.es/index.php | <ol style="list-style-type: none"> 1. Reducción de consumo de proteína animal a través de las macrogranjas, pasar a una ganadería extensiva utilizando los espacios que dispone la zona 2. El proyecto de marca de identidad desarrollado por Adel Sierra Norte para fomentar buenas prácticas en materia de consumo y ahorro de energía y fomentar el uso de productos locales 3. Proyectos de Microrrizas intentan compaginar el desarrollo de sus los mismos, con la integración de trabajadores locales, la educación ambiental y patrimonial. http://micorriza.org/ |
|---|---|

En **reinizia^T** queremos...



...Ayudar a las empresas del sector turístico a transformarse, redefinir y adaptar su propuesta de valor para aprovechar las nuevas oportunidades



...desarrollar proyectos que tengan impacto real en la cuenta resultados de nuestros Clientes...




....compartir objetivos y resultados con nuestro Cliente a través de una relación basada en el compromiso.

Contáctanos

 646 116 574

 info@reiniziat.es

 Monasterio de las Huelgas 20-B
28049 Madrid