



Plan de Calidad

CLUB DE PRODUCTO CICLAMADRID



Sepinum slne
DICIEMBRE 2023

1. INDICE

1.	INDICE	1
2.	¿POR QUÉ DEBE HABER UNOS CRITERIOS DE CALIDAD MÍNIMOS?	2
	¿Qué objetivos perseguimos en cuanto a calidad de servicios?.....	2
	¿Cómo son estos criterios?.....	2
3.	CICLA-MADRID PROYECTO SOSTENIBLE Y RESPONSABLE	3
	Claves para un modelo turístico sostenible	3
	Modelo de gestión de turismo sostenible	4
	Principios a seguir en las acciones turísticas.	5
4.	REQUISITOS DE COMUNICACIÓN DEL DESTINO.....	8
5.	REQUISITOS A CUMPLIR POR LAS EMPRESAS ASOCIADAS AL CLUB	11
	Alojamientos turísticos. Generales.	11
	Alojamientos turísticos. Especialización.	11
	Empresa del sector ciclista: taller – tienda de bicis	12
	Empresas turísticas: bares, restaurantes	13
	Agencias de viajes y empresas de turismo activo.....	13
	Oficinas de Turismo	14
	Ayuntamientos	14
6.	CALIDAD DE LA RUTA	16
	Características por tipo de rutas.....	16
7.	SEÑALIZACIÓN DE LAS RUTAS	19
8.	EVENTOS DEPORTIVOS	20
9.	CALIDAD DEL PAQUETE TURÍSTICO –	21
10.	REDUCCIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO	24

2. ¿POR QUÉ DEBE HABER UNOS CRITERIOS DE CALIDAD MÍNIMOS?

El Manual de Calidad es la herramienta de trabajo en la que CiclaMadrid se basa a la hora de especializar a los agentes del territorio, bajo unos estándares de calidad mínimos, en cicloturismo.

La necesidad de establecer unos criterios mínimos calidad reside en tres aspectos fundamentales:

- Garantizar la especialización del destino
- Garantizar la satisfacción del visitante adaptando los servicios a sus necesidades.
- Homogeneizar la oferta de destino dando la imagen de un destino coordinado y especializado

El trabajo de sensibilización de los agentes turísticos, sobre la importancia de una especialización de calidad, es fundamental en la promoción del territorio como referente dentro del turismo deportivo.

¿Qué objetivos perseguimos en cuanto a calidad de servicios?

- Ser un proyecto sostenible y responsable
- Ser un referente para el viajero deportivo a la hora de viajar.
- Conseguir fidelizar el cliente que visita el territorio.
- Especializar al sector gracias a la obligatoriedad del cumplimiento de unos criterios básicos de calidad.

¿Cómo son estos criterios?

Los estándares de calidad aceptados a la hora de valorar cada criterio de calidad se definirán como el cumplimiento exigible de dicho criterio.

Algunos criterios serán de obligatorio cumplimiento y otros de recomendado cumplimiento.

Cada criterio irá acompañado de la descripción de cuales son aquellas características mínimas y máximas que se van a valorar, estableciendo un rango mínimo de aceptación que cumpla el objetivo de calidad. Si, por el contrario, estamos por debajo del rango, significa que no se cumple el compromiso de calidad.

Hay que entender todas las propuestas incluidas en el Manual de Calidad como parte de un proceso de mejora continua de los servicios y productos del territorio.

3. CICLA-MADRID PROYECTO SOSTENIBLE Y RESPONSABLE

Es primordial comenzar destacando los principios básicos de este proyecto y, por consiguiente, del Manual de Calidad. Estos principios se basan en establecer unas bases claras del punto de partida y de la proyección de este proyecto ligado a un fomento y promoción de un Turismo Sostenible y Responsable.

TURISMO SOSTENIBLE

El turismo sostenible según la OMT (Organización Mundial del Turismo) es aquel “que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

Claves para un modelo turístico sostenible

Según la Organización Mundial del Turismo, vinculado a Naciones Unidas desde 1976, lo fundamental para que un modelo turístico sea considerado sostenible, es que ayude a conservar la biodiversidad y los recursos naturales de su entorno.

La misma OMT fija tres claves para mejorar el modelo de negocio y optar por uno más sostenible:

- Optimizar los recursos medioambientales

Cualquier proyecto turístico que se precie de ser sostenible, debe proteger el ecosistema en el cual se ha establecido. Los servicios o productos que se ofrezcan deben estar en sintonía con esta filosofía y funcionar en torno a la naturaleza, sin pasar por encima de ella.

- Proteger la cultura local

Otro factor fundamental es el respeto a la comunidad en la cual se establece el hotel o el negocio turístico en cuestión. ¿Qué significa esto? Que el proyecto debe ser respetuoso con los valores tradicionales locales, la gente, la arquitectura, la historia y las tradiciones. Si no se establece un modelo que prime estos elementos por encima del beneficio económico, no puede considerarse sostenible.

- Reparto justo de ganancias

Por supuesto, la economía es un aspecto importante de un modelo de turismo sostenible. Es fundamental garantizar que el hotel o negocio turístico reporte ganancias, pero también que haya un equilibrio en lo que respecta a la distribución de las mismas. ¿Cómo se logra esto? Usando esos recursos para generar oportunidades de empleo para los habitantes del sector, obtener servicios sociales y ser un factor de cambio en su comunidad.

¿Cuál es el objetivo del turismo sostenible?

11 objetivos que debe perseguir un negocio de turismo sostenible según el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente:

Beneficios económicos

Un proyecto turístico que busque el desarrollo sostenible según la OMT, debe garantizar una viabilidad económica que permita obtener beneficios económicos, mantener el negocio a flote y seguir generando empleos.

Beneficios comunitarios

Al funcionar de manera respetuosa con su comunidad, sus esfuerzos deben estar orientados al beneficio propio, pero también a maximizar la prosperidad económica del destino donde estamos establecidos.

Generar empleo

Esto significa crear nuevos puestos de trabajo con condiciones óptimas, sin discriminación por raza, género o sexo.

Promover la igualdad social

Velar por la distribución justa de las ganancias y beneficios económicos que se generen.

Lograr la satisfacción del viajero

Prestar un servicio de calidad que deje satisfecho a los visitantes, con actividades seguras y con una buena gestión, es fundamental para el éxito del proyecto.

Trabajo con la comunidad

Se trata de que los habitantes de la comunidad donde se establece el negocio turístico se involucren en actividades logísticas, así como dotarlos de los recursos necesarios para seguir teniendo una vida de calidad.

Respetar el patrimonio histórico

Otro aspecto clave es el de conocer la historia del lugar, sus costumbres, su cultura y sus tradiciones.

Respetar el ecosistema

Cualquier actividad económica derivada del turismo, debe ir en concordancia con las dinámicas del ecosistema local.

Respetar la diversidad biológica

Consiste en cuidar las familias de plantas y animales que conviven en la misma comunidad en la que estamos establecidos.

Garantizar el buen uso de los recursos

Tanto los recursos renovables como los no renovables deben ser usados con cuidado, sacando los mayores beneficios posibles y sin abusar de ellos.

Velar por un ambiente limpio

Por último, un negocio turístico sostenible debe garantizar que su actividad no genere contaminación del aire, agua o tierra. Además, debe lograr una reducción de residuos y establecer dinámicas de reciclaje.

Fuente: Ostelea. Tourism Management School

Modelo de gestión de turismo sostenible

Cicla-Madrid seguirá un modelo de gestión de turismo sostenible en consonancia con las directrices internacionales sobre Diversidad Biológica y Desarrollo del Turismo, los Criterios Globales de Turismo Sostenible para destinos turísticos, la política sobre turismo de la Comisión Europea y su prioridad de «promover el desarrollo de un turismo sostenible, responsable y de calidad», contribuye a la consecución de varios Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Se trabajará en colaboración con todas las partes interesadas pertinentes, en el desarrollo de una estrategia común de turismo sostenible y un plan de acción sobre la base de un análisis exhaustivo de la situación.

El turismo es un negocio en expansión y uno de los principales motores de la economía rural en Europa. No obstante, el turismo sostenible incluye el concepto de realizar una visita turística a un lugar e intentar que su impacto sobre el medio ambiente, la sociedad y la economía sea únicamente positivo.

Principios a seguir en las acciones turísticas.

- **DAR PRIORIDAD A LA PROTECCIÓN DEL ESPACIO NATURAL**

Los espacios naturales protegidos son los territorios con la naturaleza mejor conservada de un país o región. Además de la conservación de sus recursos, tienen como objetivo el bienestar social de la población local y el disfrute de sus valores paisajísticos, naturales, estéticos y culturales por parte de la ciudadanía. Son además laboratorios para el desarrollo sostenible.

¿Qué es un espacio natural protegido?

Son territorios declarados legalmente con la finalidad primordial de la conservación de la naturaleza. Sin embargo, estos espacios no constituyen un fin en sí mismos, sino que son herramientas para:

- La conservación de la biodiversidad y de los procesos ecológicos esenciales
- La aplicación de modelos de desarrollo sostenibles para que las poblaciones que viven en su interior o área de influencia mejoren su calidad de vida
- La planificación integral del territorio
- La promoción de la educación, la investigación, la cultura y su disfrute por los ciudadanos

Objetivos de los espacios naturales protegidos

Uno de los objetivos de los espacios naturales protegidos es lograr la armonía entre la protección y conservación de sus recursos naturales y culturales y el progreso económico y social de sus poblaciones, garantizando sus derechos históricos, sus actividades económicas y su bienestar social.

Asimismo, estos espacios deben garantizar el acceso público y el disfrute de los ciudadanos a su medio ambiente, derecho reconocido en el artículo 45 de la Constitución Española así como en los Estatutos de Autonomía de las comunidades autónomas.

De esta manera, se reconoce su papel como territorios desde los que promover actividades tradicionales o nuevas bajo el paraguas del desarrollo sostenible, y donde precisamente el turismo de naturaleza está jugando un papel importante.

Una herramienta muy útil, para compatibilizar el desarrollo socioeconómico y la conservación, son los planes de desarrollo sostenible que se aplican en diferentes espacios protegidos españoles. Su objetivo es activar el tejido social y empresarial de estos territorios bajo la batuta de la conservación de su patrimonio. No hay que olvidar que el fomento de la riqueza social y económica de las poblaciones que viven y desarrollan sus actividades en estos espacios, debe abordarse de forma planificada y compatible con su conservación.

- **CONTRIBUIR AL DESARROLLO SOSTENIBLE**

El turismo sostenible debe seguir los principios del desarrollo sostenible, lo que significa abordar todos los aspectos de su impacto ambiental, social y económico a corto y largo plazo.

El turismo de naturaleza es una de las modalidades turísticas que más ha aumentado en la última década: su crecimiento anual se acerca al 20% y supone en la actualidad un 15% de la totalidad del turismo mundial. Los consumidores de turismo de naturaleza son cada vez más exigentes con la calidad del entorno, resultando especialmente atractivos los espacios naturales protegidos, no solo por ser identificados como destinos turísticos por la excelencia de los valores naturales que albergan, sino también, por el valor añadido que su visita supone, con la existencia de una serie de equipamientos y servicios de acogida e información para el visitante.

Sin embargo, si no existe una planificación y una gestión adecuada, el turismo puede contribuir al deterioro del espacio natural protegido y a largo plazo sus costes ecológicos, sociales y culturales pueden ser considerables.

Además de las consecuencias en términos de conservación, este deterioro puede influir negativamente en la propia experiencia del visitante, el destinatario de la oferta turística del territorio y, por tanto, en la viabilidad de las empresas turísticas. Promover el uso y disfrute de los valores naturales y culturales es uno de los principales objetivos de los espacios naturales protegidos y para ello cuentan con servicios y equipamientos de uso público que complementan y aportan un valor añadido a la oferta turística de estos territorios.

INVOLUCRAR A TODAS LAS PARTES INTERESADAS

Todos los afectados por el turismo sostenible deben poder participar en las decisiones sobre su desarrollo y gestión, y se debe fomentar el trabajo en asociación.

Son varios los actores que intervienen, de una forma u otra, en la actividad turística que se desarrolla en un espacio natural protegido: las administraciones ambiental y turística; los empresarios turísticos; los grupos de desarrollo rural; los turistas; las agencias de viajes y operadores turísticos, entre otros.

- Las administraciones ambientales son responsables de asegurar la conservación de los valores de los espacios naturales protegidos y por ello, conscientes de la necesidad de desarrollar un turismo sostenible, regulan, a través de la normativa correspondiente, la actividad turística en el interior de estos espacios y en sus zonas periféricas de protección, pero no intervienen en la organización de la actividad turística en el entorno de las áreas protegidas.
- Las administraciones turísticas regulan las actividades de las empresas para garantizar sus servicios a los consumidores. Además suelen realizar una importante labor para promocionar los destinos y a las empresas, y en muchas ocasiones el reclamo es un territorio con paisajes singulares y bien conservados. Estas administraciones financian a las empresas turísticas para la mejora de la calidad de sus establecimientos y actividades.
- Las empresas y emprendedores turísticos perciben de modo creciente que los paisajes con alto grado de conservación son un valor añadido al atractivo de su oferta. Al diseñar y desarrollar actividades turísticas en los espacios protegidos, son responsables de que éstas sean lo más acordes posible con el escenario natural donde se desarrollan.

- Los grupos de desarrollo rural son agentes clave para el progreso socioeconómico sostenible de las zonas rurales, gestionan la inversión de fondos públicos (europeos, nacionales y regionales) así como impulsan la inversión privada en sus territorios. El desarrollo turístico es uno de sus objetivos y realizan una importante labor para la dinamización del sector, mejora de la calidad y diversidad de la oferta y promoción turística del territorio.
- Los turistas tienen en cuenta de manera creciente la calidad del medio ambiente de los destinos que visitan. Esta calidad es ya decisiva para muchos a la hora de elegir el destino de sus vacaciones. Hábitos cada vez más extendidos como la compra de productos locales o la preferencia por establecimientos o actividades que cuiden el medio ambiente, repercuten positivamente en el desarrollo local
- Las agencias de viajes y operadores turísticos organizan viajes a estos territorios y seleccionan a los empresarios locales que van a proporcionar las experiencias turísticas a sus clientes.

4. REQUISITOS DE COMUNICACIÓN DEL DESTINO

En este apartado vamos a analizar algunas cuestiones en relación con algunos aspectos que los destinos tienen que considerar a la hora de estructurar su posicionamiento para ser elegidos por la demanda como espacios potenciales o finalmente elegidos, para realizar su viaje. La comunicación es un factor clave al que hay que prestar la necesaria atención

PÁGINA WEB

Tanto la web de cyclemadrid.com como las de los territorios que quieren incluir la oferta cicloturista en su web deben disponer de una información adecuada al perfil específico de turista, y atender a todos los aspectos relacionados con el viaje como rutas, productos, servicios complementarios (alojamientos, empresas, restaurantes,...) con la finalidad de facilitar la elección a los distintos perfiles de viajeros. Cada tipo de perfil ciclista deberá tener unos productos específicamente pensados para él (para conocer las características de cada perfil mirar tabla: Rutas y Paquetes turísticos).

Esta información de la página debe incluir al menos:

Calendario de eventos ciclo deportivos.

La web mostrará los diferentes eventos deportivos relacionados con la bicicleta que se realizan en la zona, o bien a través de un calendario propio o bien a través de un link a otra web.

Listado de empresas especializadas en ciclismo. Si un destino quiere trabajar como destino cicloturista debe contar al menos con un servicio de los enumerados en la siguiente lista y que, lógicamente, deberán aparecer en la página web.

- Tienda – taller de bicicletas
- Una empresa o varias que den servicio de alquiler de bicicletas
- Una empresa o varias que den servicio de contratación de guía.
- Una empresa o varias que den servicio de alquiler de gps
- Una empresa (generalmente taxistas) que dé el servicio de transporte de maletas y que pueda ofrecer el servicio de transporte de bicicletas.

Listado de alojamientos turísticos:

Albergues, casas rurales, hoteles, campings,... de la zona, destacando aquellos alojamientos que han apostado por una mínima especialización dentro del sector de la bicicleta . Es muy importante fomentar la implicación de estos hosteleros que desean ofrecer un servicio de más calidad a los huéspedes que viajan con su bici.

Listado de transportes públicos que permiten el transporte de bicicleta.

Datos de interés que deben estar presentes en la web:

- Ubicación en un mapa o información sobre los diferentes puntos de información turística
- Teléfonos de emergencias 112
- Teléfonos de emergencia en ruta
- Teléfono de taxi que admita transporte de bicicleta (si lo hay)

La descripción de las rutas que incluimos como promocionadas o interesantes en nuestra web.

Cuando presentemos un producto turístico o simplemente deseemos promocionar una ruta en concreto (tanto si está señalizada como si está en formato gpx- track online) es muy importante que sepamos a que

tipología de cliente nos estamos enfocando y cuáles son sus preferencias a la hora de elegir destino, es por ese motivo, que debemos realizar unas descripciones de calidad siguiendo unas determinadas pautas:

Primero señalaremos a qué tipo de perfil va dirigido dicha ruta o producto

A la hora de realizar la descripción técnica tendremos en cuenta varios aspectos: cota máxima, desnivel acumulado, kilómetros de la ruta, firme del recorrido,...

A la hora de realizar la descripción general tendremos en cuenta varios aspectos: descripción detallada adaptada al perfil ciclista al que nos dirigimos destacando aquellos aspectos que más les puedan interesar (ver tabla Rutas), adjuntar varias fotografías de calidad, a ser posible adjuntar un mapa de la ruta con el track y los diferentes puntos interesantes marcados en él, adjuntar el perfil de la ruta (altimetrías)

El viajero ciclista debe conocer las diferentes actividades, servicios y potenciales que se tiene en relación a la bicicleta y la única manera de llegar a él es mediante una correcta comunicación.

Links a otras webs de interés

1. Calidad de contenido. Es muy importante que las webs a las que linkemos directamente tengan un contenido interesante y correcto.
2. Calidad técnica. Es importante el posicionamiento de dicha web y visualizaciones.
3. Estética y usabilidad. Si la estética es bonita y la usabilidad es buena será una web visitada y que probablemente gustará al ciclista.
4. Intercambio de enlaces. Es muy importante que pidamos un intercambio de enlaces con estas webs.

MATERIAL GRÁFICO

Un buen diseño gráfico y en especial, unas imágenes de calidad, son la mejor vía para informar en el mundo digital. Plantea, visualiza y genera emociones.

Cuando se realiza un proyecto bien ejecutado y que transmite los valores de la marca, ayudará a que las ventas suban, mejorará la experiencia del usuario, mejorará el posicionamiento web y la imagen de la marca.

REDES SOCIALES

Se recomienda tener presencia en las RRSS promocionando el proyecto y las empresas adheridas a él. También podría resultar interesante realizar actividades complementarias, como concursos de fotografía, sorteos,... entre los "amigos" ciclistas que siguen nuestro perfil.

La presencia en Redes Sociales es fundamental de cara a una mejor experiencia del cliente que puede colgar y etiquetarnos en el post o historias de su viaje, compartir las actividades de la zona o publicidades con sus amigos o generar publicidades de pago a través de Ads, muy efectivas en el mundo del turismo

RECOMENDACIONES PARA LA WEB

- Rutas con servicios complementarios
- Listado de empresas especializadas
- Listado de alojamientos turísticos
- Listado de transportes públicos que permiten el transporte de la bicicleta
- Teléfonos de emergencia: hospital, ambulancia Espacio orientado al mensaje principal (Filosofía, diferenciación, valores)
- Acceso fácil a la info de rutas: Perfiles, dificultades y Estado
- (por si hay alguna incidencia y está cerrada o similar)
- Apartado de servicios y Experiencias
- Mapa de servicios y puntos clave
- Sección de "info útil": Visitas recomendadas, eventos especiales, app recomendada...
- Material gráfico de calidad

- Calendario de eventos deportivos
- Mapa con rutas y puntos de interés turístico y servicios
- Descripción técnica completa de aquellas rutas que promocionamos
- Teléfono de emergencia en ruta
- Teléfono de taxi que admita transporte de bicicletas
- Link a web con calendario deportivo
- Link a webs con calidad técnica (usabilidad, posicionamiento, ...)

RECOMENDACIONES REDES SOCIALES

- Campañas publicitarias de pago en determinadas épocas del año
- Link de la web bike en nuestro perfil (de vez en cuando) promocionando los productos bike, servicios complementarios, ...
- Vídeos de rutas ciclistas por la zona
- Etiquetar a los Clubs de la zona, partners locales, ...
- Compartir los post de visitantes y comentarios positivos
- Interacción con los clientes que han visitado nuestra zona
- Creación de un # promocional para el producto bike

RECOMENDACIONES PLAN PROMOCIONAL

- Promocionar el producto bike en Ferias y Eventos nacionales e internacionales*
- Contactar con Clubs
- Realizar un plan de promoción para cliente nacional *
- Realizar un plan de promoción para cliente internacional *

*Acciones muy necesarias.

5. REQUISITOS A CUMPLIR POR LAS EMPRESAS ASOCIADAS AL CLUB

Alojamientos turísticos. Generales.

- Estar registrado en el Registro Oficial
- Disponer de las correspondientes alta en los epígrafes adecuados en Hacienda
- Estar al corriente de pagos con la Seguridad Social Estar dado de alta como centro de trabajo encontrándose sus trabajadores en las condiciones laborales exigidas por la ley.
- Disponer de los seguros propios de su actividad.
- Opción de reserva de una única noche.

Alojamientos turísticos. Especialización.

Información sobre el Territorio

- Los alojamientos deberán tener información en papel o conocimiento de dónde poder obtener dicha información online a la hora de informar correctamente al huésped
- Los alojamientos deberán conocer el link de descarga de rutas de la web para que el cliente pueda tener acceso a diferentes rutas de la zona, se recomienda tener en recepción algún tipo de soporte informático (Tablet u ordenador) dónde el huésped pueda acceder a toda la información online que le podamos facilitar relacionada con la bicicleta.
- Los alojamientos deberán conocer los diferentes productos ciclables de la zona para poder recomendar al cliente correctamente
- Mostrar una placa CiclaMadrid con un QR que lleve a la web del proyecto.
- Deben colocar en lugar visible el distintivo que la Asociación les entregará al integrarse en el club.

Información ciclista en la web del alojamiento

- La web del alojamiento deberá contar con una sección de cicloturismo o hacer referencia a dicha modalidad de viaje
- Debe haber fotografías de ciclistas en la web.
- Es muy interesante poder tener una zona en la web dónde el huésped pueda descargarse los tracks de las rutas más cercanas al alojamiento.
- Si el alojamiento desea especializarse, es muy recomendable que se cree una landing page dónde únicamente hable de los servicios que ofrece al ciclista y de las rutas o paquetes que se pueden realizar desde su hotel, esto mejorará mucho su posicionamiento online.

Servicios para la bici y el ciclista en el alojamiento

Guarda bicis

- Lo que más valora el huésped es la seguridad de la bicicleta y es por eso, que el alojamiento debe tener una zona destinada a los guarda bicis (que pueden ser de pared o bien de suelo). Cada guarda bicicletas deberá tener un candado individual para que únicamente el ciclista propietario pueda sacar la bici del “gancho” .

- El mínimo de guarda bicis que se considera correcto a la hora de dar un buen servicio es de 4. Lo ideal sería que los guarda bicicletas estuvieran ubicados en un espacio cerrado con llave al que únicamente pudieran acceder los ciclistas y personal del alojamiento.
- En su defecto puede disponer de fundas para poder subir la bici a la habitación.

Herramientas

Hay un mínimo de herramientas básicas que deberían estar en todo alojamiento que desee especializarse mínimamente, unas herramientas que ayudarán al ciclista a reparar pequeños fallos mecánicos que pueden arruinar una buena ruta, dichas herramientas son:

- Destornillador de estrella
- Destornillador plano
- Juego de llaves allen tronchacadenas
- Bomba de taller
- Juego de desmontables
- Todas estas herramientas deberían estar colgadas en algún soporte para evitar su pérdida o robo. También deberían estar plastificadas las sirgan de dónde cuelguen las herramientas para evitar que el cuadro de la bici se pueda rayar a la hora de manipularlas.
- Un caballete para bicicletas es una herramienta muy útil a la hora de arreglar la bici facilitando la manipulación y mejorando la comodidad a la hora de trabajar.

Espacio de lavado de bicicletas

- El alojamiento deberá tener un espacio destinado únicamente al lavado de la bicicleta . Dicho espacio deberá tener desagüe, toma de agua y manguera
- La mejor manera de lavar la bicicleta es mediante un sistema de hidrolimpiadora que permite regular la presión del agua evitando que sufran determinadas piezas de la bicicleta.

Alquiler de GPS.

Muchos de nuestros huéspedes tienen gps y suelen realizar rutas siguiendo tracks que descargan de diferentes plataformas online. Es interesante poder alquilar un gps por si el cliente no lo ha traído o bien desea probar cómo funciona. Muchas de las rutas de la provincia únicamente estarán en formato track descargable sin señalización en ruta ni descripción en papel. Únicamente recomendamos tener gps de alquiler a aquellos alojamientos que tengan a un responsable que sepa cómo funciona de manera correcta y que pueda solucionar los problemas que de él se deriven.

Personal del alojamiento especializado en cicloturismo.

Aquella persona que recibe al cliente ciclista tendría que conocer perfectamente los diferentes servicios que el alojamiento le puede ofrecer y las diferentes opciones de rutas del entorno. Ésta es una buena manera de fidelizar al cliente y de que éste hable de nuestro alojamiento con amigos y familiares.

Otros

- Seguro para las bicicletas guardadas.
- Late chek out

Empresa del sector ciclista: taller – tienda de bicis

- Estar registrado en el Registro Oficial

- Disponer de las correspondientes alta en los epígrafes adecuados en Hacienda
- Estar al corriente de pagos con la Seguridad Social Estar dado de alta como centro de trabajo encontrándose sus trabajadores en las condiciones laborales exigidas por la ley.
- Taller. Estas empresas deberán contar en sus instalaciones con un taller de reparación y puesta a punto de bicicletas.
- Venta de productos. Estas empresas deberán vender diferentes productos interesantes para el ciclista.
- Todas las empresas deben tener a mano una bomba de hinchar básica a disposición del cliente. En el caso que el cliente llegue a la tienda con la bici y tenga la necesidad de hinchar las ruedas para ciclar mejor éste es un servicio que le sorprenderá.
- Dejar entrar con la bicicleta en el establecimiento.
- En el caso de que no dejen entrar la bicicleta a la tienda, deberán tener 4 candados individuales básicos a disposición del cliente. Cuando el cliente llegue a la tienda en bicicleta debe poder atarla fuera con una mínima seguridad.
- Otros servicios que se podrían ofrecer que pueden interesar al ciclista son: alquiler de GPS o servicio de guías en ruta.
- Conocer las rutas principales recomendadas de cicloturismo de la Comunidad de Madrid.
- Mostrar una placa CiclaMadrid con un QR que lleve a la web del proyecto.
- Deben colocar en lugar visible el distintivo que la Asociación les entregará al integrarse en el club.

Empresas turísticas: bares, restaurantes

- Estar registrado en el Registro Oficial
- Disponer de las correspondientes alta en los epígrafes adecuados en Hacienda
- Estar al corriente de pagos con la Seguridad Social
- Debes conocer las rutas ciclables principales de la Comunidad de Madrid, en su defecto, derivar al cliente a su web.
- Estar dado de alta como centro de trabajo encontrándose sus trabajadores en las condiciones laborales exigidas por la ley.
- Menú ciclista
- Amplio horario de cocina o alternativa de comida fría a cualquier hora entre desayuno y cena.
- Estas empresas deben tener a mano una bomba de hinchar básica a disposición del cliente.
- Guarda bicis interior o exterior.
- Estas empresas deben tener 4 candados individuales básicos a disposición del cliente para poder atarla fuera con una mínima seguridad en caso de disponer solo de guardabicis exteriores.
- Es muy interesante generar producto a la venta relacionado con el ciclista. En caso de bares y restaurante funcionan muy bien las tapas personalizadas, los menús para ciclistas o la cañita y pincho gratuito para el que llega pedaleando.
- Mostrar una placa CiclaMadrid con un QR que lleve a la web del proyecto.
- Deben colocar en lugar visible el distintivo que integrarse en el club..

Agencias de viajes y empresas de turismo activo

- Estar registrado en el Registro Oficial
- Disponer de las correspondientes alta en los epígrafes adecuados en Hacienda

- Estar al corriente de pagos con la Seguridad Social
- Deberá ofrecer una descripción general de la(s) ruta(s) que incluye el paquete a nivel turístico general y a nivel técnico
- Cada producto incluido en el paquete deberá ir acompañado de la descripción de los servicios e infraestructuras que lo diferencian.
- Deberás poner el precio final del paquete en la promoción. El producto estará publicado online de manera clara. Anualmente deberás renovar los paquetes turísticos relacionados con el turismo deportivo.
- En el caso de incluir alojamientos y/o bares y restaurantes en tus paquetes o actividades deberá, en la medida de lo posible, priorizar a aquellos que cumplan los criterios del Manual de Calidad y estén incluidos en el Club.
- Si dispone de lo local de atención al público, Guarda bicis interior o exterior.
- En caso de no contar de guardabicis interior, disponer de 4 candados individuales básicos a disposición del cliente para poder atarla fuera con una mínima seguridad en caso de disponer solo de guardabicis exteriores.
- Deberás incluir el logo de CiclaMadrid en tu web y a facilitar el posible material informativo (trípticos, flyers...) que se te pueda proporcionar desde el proyecto.
- Si dispone de local para la atención al público, mostrar una placa CiclaMadrid con un QR que lleve a la web del proyecto.
- Deben colocar en lugar visible el distintivo que la Asociación les entregará a la hora de integrarse en el club.

Oficinas de Turismo

- Las Oficinas de Turismo deben tener a mano una bomba de hinchar básica a disposición del cliente. En el caso que el cliente llegue a la tienda con la bici y tenga la necesidad de hinchar las ruedas para ciclar mejor éste es un servicio que le sorprenderá.
- Para que el ciclista que llega pueda dejar cómodamente su bicicleta en la calle, se recomienda colocar (si se puede) un aparca bicis exterior o guarda bicis interior.
- Si el guardabicis es exterior, disponer de 4 candados individuales básicos a disposición del cliente para poder atar la bicicleta con seguridad.
- Deberá tener un listado de alojamientos especializados en cicloturismo, de empresas especializadas y de transportes públicos que aceptan bicis, o conocer y proporcionar al viajero el link de nuestra página web dónde se puede encontrar toda esta información.
- Mostrar una placa CiclaMadrid con un QR que lleve a la web del proyecto.
- Deben colocar en lugar visible el distintivo que la Asociación les entregará a la hora de distinguirse como Empresa amiga del ciclista.

Ayuntamientos

- Deberán colocar en la fachada o en el suelo enfrente del Ayuntamiento un mínimo de 4 aparca bicicletas.
- El Ayuntamiento deberá disponer de un mapa turístico básico para poder visitar la ciudad en bicicleta señalizando también las diferentes entradas y salidas hacia las principales rutas del entorno, donde también se informe de los diferentes servicios para el ciclista en la ciudad. • Los principales puntos de interés turísticos

- Deben colocar en lugar visible el distintivo que se les entregará en el momento de adherirse al club.
- Los principales puntos de interés turístico deberán tener un mínimo 4 aparca bicicletas en la calle para que el turista que viaja en bicicleta pueda visitar los principales monumentos de la ciudad de manera cómoda y segura.
- La web de Ayuntamiento deberá contar con un banner que redirija a la web de CiclaMadrid
- El Ayuntamiento deberá disponer del servicio Biciregistro (www.biciregistro.es) a la hora de registrar las bicicletas de todos aquellos ciudadanos que lo deseen.
- Biciregistro es un sistema de probada eficacia frente al robo, uno de los problemas que más preocupan a los propietarios de bicicletas en nuestras ciudades. El Biciregistro es un sistema de información nacional de registro de bicicletas propiedad de la Red de Ciudades por la Bicicleta que cuenta con la participación de la Dirección General de Tráfico (DGT) y los Ayuntamientos.
- Carteles de bienvenida al ciclista en la entrada y salida de la ciudad.
- Colocación de uno o varios biketools (herramientas) en puntos estratégicos
- Banner específico sobre cicloturismo en la web del Ayuntamiento con link directo a la web promocional

6. CALIDAD DE LA RUTA

Todas las rutas que se promocionen a nivel turístico deberán tener las autorizaciones de los propietarios de los terrenos por los que pasan y del Ayuntamiento correspondiente, que se encargará de solicitar o informar a la administración ambiental sobre el trazado de la ruta.

Esto deberá hacerse para las rutas señalizadas físicamente y para las rutas que solamente cuenten con el track online (archivo GPX).

Características por tipo de rutas

Perfil familiar

Estas rutas deberán recorrer un mínimo de 5 km. y un máximo de 40km con un desnivel acumulado de no más de 200m. Debemos tener en cuenta que estas rutas serán familiares (padres y niños) y quienes realizarán la ruta con la finalidad de disfrutar de un paseo en bici motivado principalmente por la diversión de pasar un buen rato en familia.

La señalización en estas rutas es importante ya que muchas de estas familias son ciclistas “vacacionales” y nunca han utilizado un gps. Es importante que la dirección y trazado de la ruta estén claros y sean inconfundibles.

El track online de este tipo de rutas no será imprescindible.

La descripción de la ruta estará basada en el tipo de calzada y paisaje del entorno por el que pasaremos.

Es muy importante describir el tipo de vía por el que vamos a pasar: carretera, sendero o pista a la hora de elaborar folletos informativos u otros, tanto online como en papel.

Lo más importante de este tipo de perfil, es tener en cuenta el hecho de que van niños, no olvidándonos de la descripción de actividades que se pueden realizar durante la ruta y días libres para disfrutar de ellas en caso de realizar una ruta de varios días.

- Mínimo de 5 km y máximo de 40 km
- Desnivel acumulado inferior a 200m
- Rutas señalizadas físicamente
- Descripción de la ruta basada en el tipo de calzada, paisaje y cultura

Perfil BTT / Montaña

Estas rutas deberán recorrer un mínimo de kilómetros en función de la tipología de territorio, a valorar en cada ruta, con un desnivel acumulado de entre 200 y 1.500m.

Debemos tener en cuenta que estas rutas están pensadas para ciclistas expertos con lo que no necesitaremos ningún tipo de señalización en ruta. Debemos poner a disposición del ciclista el track de la ruta en formato gpx para que se lo pueda descargar y seguir mediante gps.

La descripción de la ruta estará basada en dificultad y paisaje del entorno por el que vamos a pasar.

Es muy importante describir el tipo de vía por el que vamos a pasar y los puntos más peligrosos de la ruta para que el ciclista pueda anticiparse y así evitar caídas y/o situaciones de peligro.

- Desnivel acumulado de entre 200 y 1.500m
- Poner a disposición del cliente el Track de la ruta (GPS)
- Descripción de la ruta basada en la dificultad y paisaje del entorno

- Recomendaciones de los alojamientos, restaurantes y bares que presten servicios específicos a cicloturistas

Perfil Carretera

Estas rutas deberán recorrer un mínimo de 50 km. siendo indiferente el desnivel acumulado en ruta que se ofrecerá como información relevante. Debemos tener en cuenta que estas rutas están pensadas para ciclistas expertos con lo que no necesitaremos ningún tipo de señalización en ruta. Debemos poner a disposición del ciclista el track de la ruta en formato gpx para que se lo pueda descargar y seguir mediante gps.

La descripción de la ruta deberá estar basada en los puntos de interés ciclo deportivos más destacados y puerto. Es muy importante describir el volumen de tráfico y estado de la carretera por la que vamos a pasar, e indicar, si es relevante, la existencia de tráfico pesado..

La descripción y recomendaciones de los mejores restaurantes y bares de la zona es una información muy a tener en cuenta a la hora de sorprender a este tipo de huésped.

- Mínimo de 50 km
- Desnivel acumulado en ruta indiferente
- Poner a disposición del cliente el Track de la ruta (GPS)
- Descripción de la ruta basada en los puntos de interés ciclo deportivos y puertos.
- Descripción del nivel de tráfico y estado de la carretera por la que vamos a pasar.
- Recomendaciones de los alojamientos, restaurantes y bares que presten servicios específicos a cicloturistas

Perfil DH/ Enduro (Creo que en Madrid lo mejor será eliminar esta modalidad)

Este tipo de rutas suelen realizarse en Bike Parks en los que ya cuentan con toda la información necesaria para la realización de las mismas. En el caso de rutas de Enduro cada vez se desarrollan más fuera de este tipo de instalaciones y más en espacios naturales abiertos.

A la hora de publicitarlas, deberíamos tener en cuenta, en el caso de las rutas de DH que estén correctamente señalizadas dentro del Bike Park y en el caso de las rutas de Enduro, que podamos descargar online los tracks a realizar, en este caso la señalización in situ no es de tanta importancia.

Rutas que suelen realizarse en Bike Parks en los que ya cuentan con toda la información necesaria para la realización de las mismas

Perfil Cicloturista

Estas rutas deberán recorrer un mínimo de 20 km. siendo indiferente el desnivel acumulado en ruta que se ofrecerá como información relevante. Debemos tener en cuenta que estas rutas están pensadas para viajeros a los que les gusta recorrer el territorio junto a su bici, tanto de montaña como de carretera.

En este caso, deberemos poner a disposición del ciclista el track de la ruta en formato gpx para que se lo pueda descargar y seguir mediante gps. La señalización en rutas de gran recorrido no se considera necesaria.

La descripción de la ruta deberá estar basada en los puntos de más interés histórico – cultural o recursos naturales relevantes a los que este tipo de viajeros dan gran importancia.

La descripción y recomendaciones de los mejores restaurantes y bares de la zona es una información muy a tener en cuenta a la hora de sorprender a este tipo de huésped.

- Mínimos de 20 km
- Desnivel acumulado indiferente
- Poner a disposición del cliente el track de la ruta
- Descripción de la ruta basada en los puntos de más interés histórico y cultural
- Recomendaciones de los alojamientos, restaurantes y bares que presten servicios específicos a cicloturistas

Perfil Gravel

Las rutas deberán tener una distancia mínima de 20 km con desniveles variados ya que el nivel físico de los usuarios es variable. En cualquier caso siempre se ofrecerá la información del desnivel acumulado.

La principal característica de este cicloturista es la búsqueda de la combinación de terrenos en sus rutas, es decir, la mezcla de rutas de carretera y rutas de montaña. Las rutas de carretera deben ser de baja densidad de tráfico y las rutas de montaña deben tener terrenos compactados (pistas o senderos) que permitan rodar de una forma cómoda ya que la tipología de bicicleta que se usa no están preparada como las de montaña para transitar por terrenos abruptos.

Deberemos poner a disposición del ciclista el track de la ruta en formato gpx para que se lo pueda descargar y seguir mediante gps.

La descripción de la ruta deberá estar basada en los puntos de interés ciclo deportivos más destacados y puertos míticos, pero también el entorno por el que transcurre. Será importante destacar la tipología de carreteras por las que discurre (nivel de tráfico) y el tipo de pavimento en los tramos no asfaltados.

- Mínimos de 20 km
- Desnivel acumulado indiferente
- Se mezclan rutas de carretera con pistas de tierra. Las rutas de carretera deben ser de baja densidad de tráfico y las rutas de montaña o pista deben tener terrenos compactados
- Poner a disposición del cliente el track de la ruta
- Descripción de la ruta basada en los puntos de más interés ciclo deportivo y entorno natural
- Descripción de los mejores restaurante y bares de la zona
- Recomendaciones de los alojamientos, restaurantes y bares que presten servicios específicos a cicloturistas

7. SEÑALIZACIÓN DE LAS RUTAS

Dentro de las rutas a utilizar en los diferentes productos del proyecto podemos encontrar diferentes tipologías de señalización en función de la finalidad que tienen:

La señalización a nivel de peligrosidad

Será obligatorio señalar los puntos más peligrosos tanto in situ (en productos con obligación de señalización física) como online (web y app) cuando:

- La ruta comparte vía con carretera general Cruce peligroso
- Altas temperaturas en verano, no recomendado para menores de 12 años.
- Tramo sin agua potable (cuando el tramo sea de más de 20 km)

La señalización de la ruta en sí misma

- Se reducirá la señalización al máximo posible, evitando distorsionar la movilidad de otros vehículos y siendo cuidadosos con el impacto visual.
- Los materiales tendrán que cumplir las necesarias garantías de durabilidad.
- Señalización virtual de las rutas que el ente gestor determine certificar por sus características y demanda así como de aquellas rutas integradas en los productos promocionados y comercializados bajo la marca del proyecto.
- Señalización física en el casco urbano (si es posible)
- Señalización física en los principales recorridos que nos indiquen conexión con otros grandes recorridos existentes (Eurovelo, Camino de Santiago, Caminos naturales,...)

Señalización que aportará calidad a la ruta

- Nivel técnico y/o físico recomendado de cada tramo (principalmente si varía respecto a la media de la ruta)
- Tramo “ideal” para niños.

La señalización turística

Señalización informativa del proyecto en los puntos de información oficiales del proyecto.

Señalización interpretativa en los puntos de interés cultural o natural que no se encuentren señalizados por otros proyectos.

8. EVENTOS DEPORTIVOS

Las rutas tendrán una distancia y desnivel variable ya que la propia naturaleza del evento marcará la dificultad técnica y física de las mismas, en ocasiones ofreciendo diferentes opciones para alcanzar diferentes públicos (recomendable).

Es recomendable que el participante pueda descargarse el tracks de la o las rutas propuestas por el evento para que puedan analizarla o, incluso, realizarla con anterioridad. Ligado a este punto es muy recomendable generar un producto ligado a la preparación del evento fuera de las fechas del mismo.

Es de vital importancia ligar la oferta del evento a un concepto de alojamientos oficiales para generar una oferta de producto completa. Es importante que los alojamientos se adapten a las necesidades y características del propio evento.

- Consumo de energía 100% renovable
- Realizar campañas de sensibilización medioambiental y protección de la naturaleza orientadas a los participantes del evento: a través de las redes sociales, boletines de correo, en la bolsa del corredor... Uso de vasos reutilizables
- Welcome pack sin plásticos
- Avituallamientos sin plásticos
- Otras medidas orientadas a la reducción de residuos
- (reutilización de envases, vasos...)
- Contenedores de reciclaje claramente indicados
- Instalación de aparcabicicletas para quienes lleguen en bici
- Uso de productos de proximidad en la comida a los participantes
- Acciones para la promoción de la movilidad sostenible: del transporte público, bicicleta o transporte compartido

9. CALIDAD DEL PAQUETE TURÍSTICO –

Los servicios mínimos y descripción de características específicas de cada producto que se plantee, variará en función de la tipología de cicloturista al que vayan dirigidas

La demanda motivacional de cada cliente varía en función de su perfil ciclista. Es básico que sepamos adaptar nuestros productos turísticos a cada cliente a la hora de conseguir la continuidad y valoración positiva que buscamos en todos nuestros productos.

Perfiles ciclistas con los que trabajaremos

- Road: carretera - ciclo deportivo (motivación: social / deportiva)
- MTB: Bicicleta de montaña - ciclo deportivo (motivación: social, deportiva)
- ENDURO/ DESCENSO - ciclo deportivo (motivación: social / deportiva)
- CICLOTURISTA – cultural, experiencial
- Gravel: ciclo cross - ciclo deportivo (motivación: social / deportiva)
- Familiar: motivación: vacaciones en familia / cultural
- Eventos deportivos: ciclo deportivo (motivación: social / deportiva)

Calidad del Paquete turístico

Descripción general de la ruta a nivel turístico

Breve descripción de la ruta a nivel turístico, destacando los principales atractivos de la zona por la que vamos a pasar. Una descripción literaria y visual que tendrá la finalidad de motivar al cliente final.

Descripción de la ruta a nivel técnico

Descripción a nivel técnico dónde indicaremos: kilómetros, desniveles,...

Cada tipología de cliente requerirá de unas explicaciones técnicas determinadas que podemos ver en la sección "Calidad de la ruta del Manual"

Opción de descarga de los tracks en plataforma online, una vez realizada la compra del paquete turístico

Desde la web y app, ofreceremos la posibilidad de poder descargar el track en formato .gpx u otros, relacionado con cada producto.

Encuestas de satisfacción

- Intentaremos llegar al cliente final mediante la entrega de encuestas de satisfacción que nos ayudarán a valorar y mejorar los servicios ofrecidos y rutas promocionadas. También nos ayudarán a realizar nuevas rutas gracias a las opiniones directas que nos ofrecerá el huésped final.
- Entregaremos estas encuestas a todos aquellos entes que deseen ofrecérselas al cliente final: oficinas de información, tiendas, puntos de información varios...

- Una herramienta que recomendamos a la hora de facilitar que el cliente rellene las encuestas de satisfacción es la utilización de un código bidi a la hora de que el cliente pueda rellenar la encuesta mediante soporte móvil.
- Valoración anual de los resultados obtenidos: recopilaremos todas las encuestas y realizaremos el estudio de los comentarios obtenidos con el objetivo de seguir aprendiendo y mejorando dentro del sector.

Comercialización bajo la licencia de una agencia de viajes.

Información sobre los servicios e infraestructuras especializados que lo diferencian de otros paquetes turísticos (bike / running o ecuestres)

Cada producto debería ir acompañado de la descripción de todos aquellos servicios especializados que lo hacen diferente al resto de productos dentro del sector. En caso de que podamos ofrecer servicio de guías, transporte de maletas entre alojamientos,. Es muy importante destacarlo, ya que ésta será la diferencia que hará que elijan nuestro producto a la hora de viajar.

Es muy importante destacar en los viajes, a aquellos alojamientos que han apostado por la especialización y la calidad de servicios en el momento de trabajar con cada tipo de cliente.

Precio final

Es muy importante poner el precio final del paquete a vender de cara a captar al cliente. La inmediatez y el ahorro de energía en buscar rutas, alojamientos, servicios,... es un factor a tener en cuenta si deseamos vender viajes en nuestro territorio.

Deberán estar publicitados en web

Deberán estar publicados en web de manera clara y cumpliendo todos los requisitos obligatorios que se detallan en este Manual.

Envío de una encuesta de satisfacción al cliente al finalizar su viaje

La satisfacción del cliente sigue siendo a día de hoy la principal herramienta de promoción y comercialización. Las encuestas de satisfacción son una herramienta fundamental para elaborar propuestas de mejora sobre nuestros productos. Son un gran indicador a la hora de valorar si la calidad de nuestro producto sigue manteniendo los estándares esperados y de plantear la incorporación de nuevos productos.

Valoración anual y renovación de los diferentes paquetes turísticos

Anualmente se deberán actualizar todos los productos, corregir aquellos que a través de las encuestas de calidad se han valorado negativamente, así como analizar aquellos que no han tenido prácticamente huéspedes. Asimismo, se deberá generar productos nuevos con el fin de seguir ampliando la oferta al cliente final y transmitirle la especialización creciente del destino.

Comercialización

- Cada producto irá acompañado de la descripción de los servicios e infraestructuras que lo diferencian de otros paquetes turísticos
- Poner el precio final del paquete en la promoción
- Publicitado en web de manera clara
- Valoración anual y renovación de los diferentes paquetes turísticos anualmente

10. REDUCCIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO

¿Qué es la huella de carbono y por qué es vital reducirla para frenar el cambio climático?

Desde el Proyecto CICLA-MADRID, apostamos por la lucha contra el cambio climático mediante una serie de medidas recogidas en este Manual de Calidad, que conduzcan hacia la sostenibilidad, y que se plantean como recomendaciones u obligaciones para todas aquellas empresas que quieran adherirse al proyecto.

La conciencia climática también afecta al mundo del deporte. La competición, en el caso de los Eventos, no está reñida con la sostenibilidad. El rastro de gases de efecto invernadero que dejan muchas de nuestras actividades se conocen como la "huella de carbono".

Este indicador ambiental mide tanto las emisiones directas como indirectas de compuestos como el metano (CH₄), el óxido de nitrógeno (N₂O), los hidrofluorocarburos (HFCs), los perfluorocarburos (PFCs), el hexafluoruro de azufre (SF₆) y, sobre todo, del más abundante y que más ha contribuido al calentamiento global desde 1990: el dióxido de carbono (CO₂).

Conocer el dato —expresado en toneladas de CO₂ emitidas— es importante para tomar medidas y poner en marcha las iniciativas necesarias para reducirlo al máximo.

Desde The Nature Conservancy señalan que la huella de carbono personal debe reducirse a menos de dos toneladas anuales para 2050. Los expertos sostienen que esta es la mejor forma de evitar que la temperatura siga subiendo y alcance el temido umbral de los 2 °C, lo que agravaría el cambio climático y lo convertiría en un problema irreversible.

Al organizar un Evento deportivo tenemos la posibilidad de reducir nuestra huella de carbono.

Los servicios y los bienes de consumo también emiten gases de efecto invernadero antes, durante y después de su vida útil. La contaminación se da, por tanto, desde la obtención de materias primas, el procesado, la producción y la distribución hasta la etapa de uso y su transformación en un residuo que se reutilizará, se reciclará o se desechará en un vertedero.

La huella de carbono de las competiciones deportivas, resulta considerable debido a elementos como el transporte, el consumo de energía, la basura generada, etc.

