

EL CAMINO HACIA LA SOSTENIBILIDAD



EL GRAN FENÓMENO

EL CAMBIO CLIMÁTICO TIENE EFECTOS CADA VEZ MÁS
VISIBLES...



EL GRAN FENÓMENO

¿En Argentina?...



EL GRAN FENÓMENO

Las **CONSECUENCIAS** SON EVIDENTES:

- Consecuencias sobre el AGUA y SERES VIVOS
- Efectos sobre los HUMANOS
- RIESGOS a CORTO PLAZO y LARGO PLAZO

EL TURISMO NO ES LA EXCEPCIÓN



A photograph of a young child with short brown hair, wearing a green and white striped shirt and blue jeans, hugging a large tree trunk in a forest. The child is looking up at the tree with a smile. The background is a lush green forest.

ESTO HA DETERMINADO UN
AUMENTO EN LA CONCIENCIA Y
PREOCUPACIÓN MEDIO
AMBIENTAL DESDE TODOS LOS
SECTORES ECONÓMICOS.....Y
DESDE LAS
PERSONAS.



EL TURISMO SOSTENIBLE TIENE MUCHAS DEFINICIONES

*“el turismo que tiene plenamente en cuenta las **repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales** para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” - OMT*

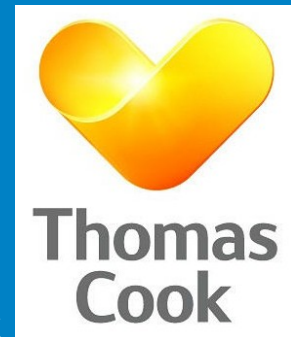


*“**turismo que respeta** tanto la población local como el viajero, el patrimonio cultural y el medio ambiente”- UNESCO*



*“**también llamado Turismo Responsable**, se trata de hacer una **diferencia positiva en las personas y el medio ambiente de los destinos** a los que viajamos, a través de:*

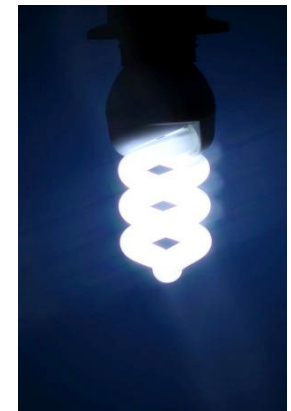
***respeto** a las culturales locales y el medio ambiente,
 la compra local, **ser responsables** de nuestras acciones mientras disfrutamos,
 entre otros” – Thomas Cook*



EL TURISMO SOSTENIBLE TIENE MUCHAS DEFINICIONES

PERO MÁS IMPORTANTE
ES COMPRENDER...

QUE SE TRATA DE HACER BIEN LAS
COSAS EN LOS DIVERSOS ÁMBITOS DE LA
OPERACIÓN Y RELACIONAMIENTO DE
UNA EMPRESA



EL TURISMO
SOSTENIBLE
ESTÁ CRECIENDO



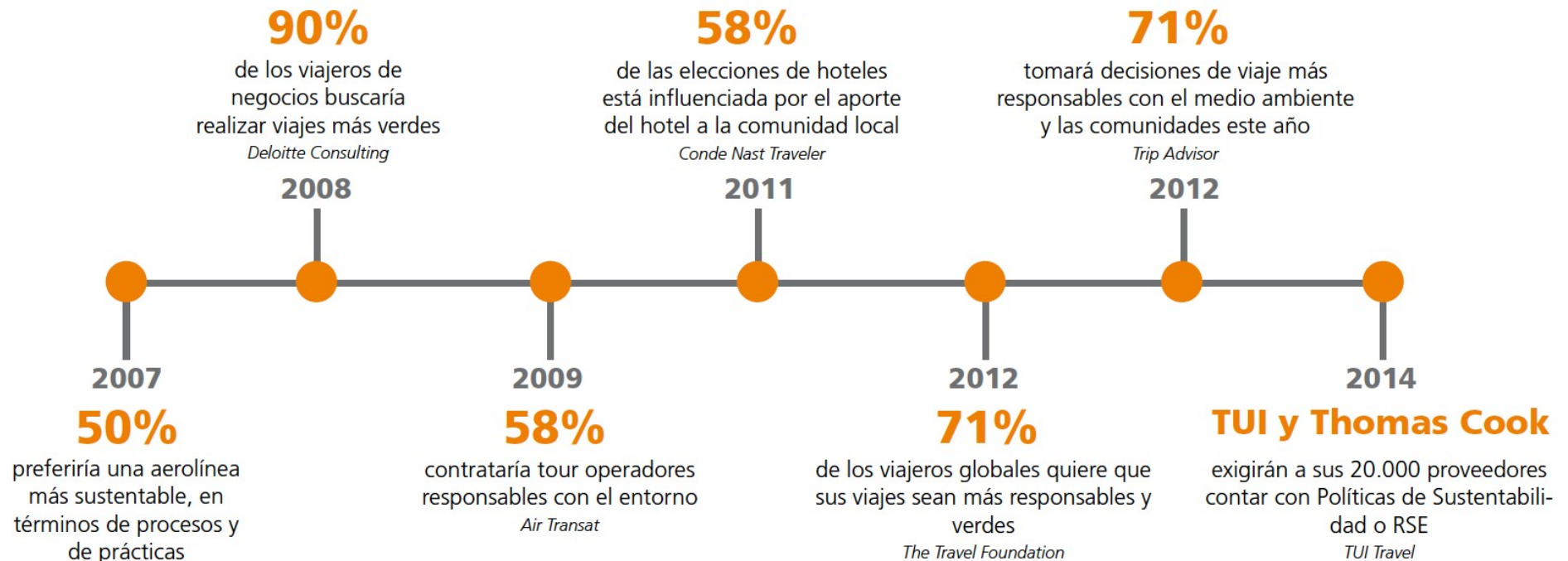
EL PESO DEL TURISMO EN EL MUNDO...



LA IMPORTANCIA DEL TURISMO

© Organización Mundial del Turismo (UNWTO) 2015

LA FIGURA NOS MUESTRA COMO LA SOSTENIBILIDAD HA PASADO DE SER UNA TENDENCIA CRECIENTE A UNA CONDICIÓN DE MERCADO





LA DEMANDA DE LOS
CONSUMIDORES ESTÁ CRECIENDO
AÑO TRAS AÑO





LA DEMANDA...

82% se preocupa de actuar por el **cambio climático**

92% piensan que su compañía de viajes debería ocuparse del cambio climático y **ayudar a las comunidades**.

57% de los viajeros dijo que a menudo **toman decisiones eco-amables** asociadas a sus viajes, como su elección de hotel, transporte u origen de alimentos.

50% de los viajeros encuestados **gastaría más dinero** para quedarse en un alojamiento eco-amigable.

FUENTES: TUI Travel (2009); Trip Advisor (2012)





LA DEMANDA...

80%

De los viajeros
estadounidenses se
considera
ambientalmente
consciente

67%

Preferiría opciones
de viajes más
responsables

55%

De los viajeros
estadounidenses
estaría interesado en
hacer voluntourism

22%

De los viajeros globales dice que la sustentabilidad es
uno de los 3 factores más importantes para elegir un
destino

FUENTES: 1. National Leisure Travel Monitor; 2. PhoCusWright; 3. Condé Nast Traveler/MSNBC; 4. ITB

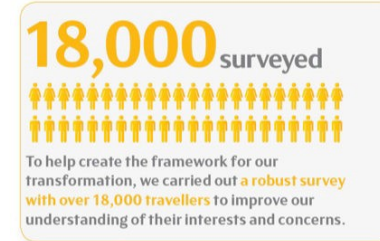
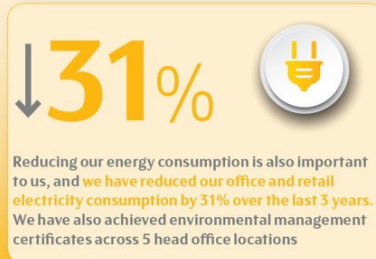




LAS EMPRESAS DE TURISMO ESTÁN
DESARROLLANDO PROGRAMAS NO
SOLAMENTE “VERDES” SINO ÍNTEGRAMENTE
RESPONSABLES







Transforming
for a better future



Thomas Cook
Group

Thomas Cook is changing.

We have started our journey to transform our business to enable us to deliver sustainable profitable growth.

Find out more: www.thomascookgroup.com/sustainability

LOS LÍDERES DE LA INDUSTRIA SE LO HAN TOMADO
MUY SERIAMENTE... (Diferenciación)



EXISTE UNA OFERTA CADA VEZ MÁS DIRIGIDA

[Travel for Good Home](#)
[Green Hotel Directory](#)
[Green Travel](#)
[Voluntourism](#)
[Our Efforts](#)
[Travelocity Home](#)





The Travelocity Green Guarantee

Unlike some travel sites, Travelocity does not accept "self-certified hotels" into our Green Hotel Directory. Just look for this tag  **Eco-Friendly Hotel** when you shop on our site, and rest assured that it's a symbol you--and the Earth--can trust.

Here's how it works:

- Book an  **Eco-Friendly Hotel** on Travelocity.
- If you find out the hotel is self-certified, you have until two weeks after your stay to let us know by filling out [this form](#).
- If your claim is valid, we'll work with our certification partner to remove the hotel from our Green Hotel Directory right away.
- Plus, to make it right, we'll send you a \$50 promo code for a future Flight + Hotel vacation.
- And, we'll plant a tree for you in a national wildlife refuge.

Ready to book? Hop over to our [green deals page](#) and save up to 40%!


[iStayGreen](#)
[Lodging](#)
[U.S. Hotels](#)
[Intl Hotels](#)
[Green Hotels Blog](#)

Find Your Hotel Now!

City:

Check in: Month Day

Check out: Month Day

Rooms:

☐ Show Green Hotels Only



[United States Hotels](#)
Search U.S. Green Hotels

[International Hotels](#)
Search International Green Hotels

[Luxury Hotels](#)
Eco Friendly Luxury Hotels

[Extended Stay Hotels](#)
Eco Friendly Extended Stay Hotels

[Sobre nosotros](#) | [Blog](#) | [Contacto](#) | [Login](#) | [Registrarme](#) | [Tweet](#) | [Share](#) | [Euro](#) | [Español](#)



El punto de encuentro entre viajeros y hoteles responsables

[Inicio](#) | [Madrid](#) | [Londres](#) | [Playa - Costas](#) | [Wellness & Spa](#) | [Andalucía](#) | [Eco Hoteles & Resorts](#) | [Criterio](#) | [Promociona tu hotel](#) | [Blog](#) | [Blog](#)



Asómate a la nueva comunidad de viajeros. ¡Regístrate ahora!

¿A dónde quieres ir? Hotel o Destino

Llegada: Fecha de llegada

Salida: Fecha de salida

[Hoteles destacados](#)
[Ranking por país](#)





TAMBIÉN EN ARGENTINA



LA INDUSTRIA SE ADAPTA.....



**Go Travel
without a Trace**

www.greentraveller/greenlive.com.sg



.... buscando una
máxima satisfacción de
estos nuevos clientes
que valoran la
sostenibilidad tanto
como la **calidad**





LOS GOBIERNOS ESTÁN ESTABLECIENDO
NUEVAS POLÍTICAS PARA
INCENTIVAR LAS PRÁCTICAS SOSTENIBLES
EN EL TURISMO.





LOS GOBIERNOS...

CREANDO O
IMPLEMENTANDO
SELLOS DE
SOSTENIBILIDAD
PARA LA
INDUSTRIA Y LOS
DESTINOS



EARTHCHECK



BIOSPHERE
RESPONSIBLE
TOURISM



Travelife
Sustainability System





LOS GOBIERNOS...

APUNTAN A LA SOSTENIBILIDAD COMO PILAR DE SUS ESTRATEGIAS DE TURISMO



Ha consolidado al **turismo sostenible** como una herramienta eficaz para el desarrollo integral y con rentabilidad social del país.



A 2021, el Perú será reconocido en todo el mundo como un destino referente por su oferta multitemática, servicios de excelencia y por su contribución al **desarrollo sostenible** del país.



Chile será reconocido como un destino turístico de clase mundial, siendo admirado y conocido por poseer una oferta atractiva, variada, **sustentable** y de alta calidad



Se debe aprovechar el potencial del turismo para alcanzar un desarrollo **económico sustentable, ambientalmente equilibrado y socialmente inclusivo**



“Paraguay debe concentrar sus esfuerzos en aplicar la estrategia de diferenciación, como mecanismo para llegar a **consolidarse como un destino turístico sostenible**”



4 premisas fundamentales para encarar la planificación estratégica del turismo:

1. La consolidación institucional del turismo
2. **La sustentabilidad**
3. El desarrollo equilibrado del espacio turístico nacional La
4. implantación de un sistema de incentivos y estímulos para el desarrollo turístico regional



EN RESUMEN



La demanda de parte de los consumidores está creciendo año tras año



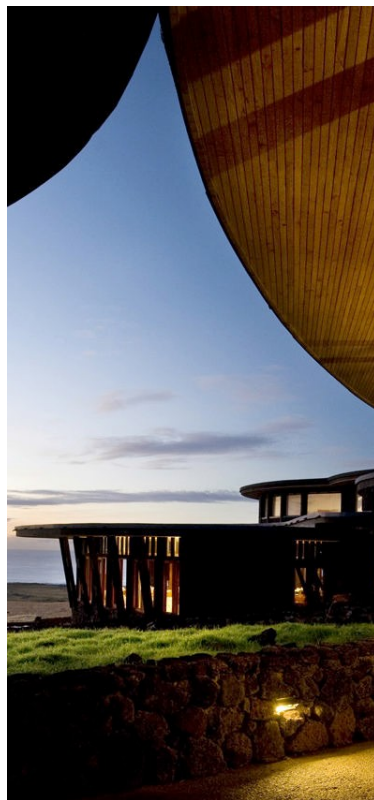
Las empresas de turismo están desarrollando programas no solamente "verdes" sino íntegramente responsables



Los gobiernos están estableciendo nuevas políticas para incentivar las prácticas sostenibles en el turismo.



LA SOSTENIBILIDAD NO ES UN TEMA DE BUENA VOLUNTAD,
ES UNA **REALIDAD INELUDIBLE** PARA LA INDUSTRIA DEL TURISMO



NOS FAVORECE.....

PUES PRÁCTICAMENTE TODA ACCIÓN PARA SER MÁS SOSTENIBLES,
ES TAMBIÉN UNA ACCIÓN PARA SER **MEJORES Y MÁS
EFICIENTES**



NO ES UNA TENDENCIA PASAJERA

ES UNA REALIDAD QUE NOS EMPUJA A TODOS A SER MÁS RESPONSABLES EN EL USO DE LOS **RECURSOS** Y LA FORMA DE RELACIONARNOS CON LAS **PERSONAS** Y EL **MEDIO AMBIENTE**.



QUE DEBEMOS ABORDAR...



BAJO UNA MIRADA ESTRATÉGICA

QUE INTEGRE LA **SOSTENIBILIDAD EN LA GESTIÓN DE LA EMPRESA**, MÁS ALLÁ DE LOS RECURSOS NECESARIOS, SIENDO CREATIVOS EN LA BÚSQUEDA DE LAS SOLUCIONES.



CONSIDERANDO QUE...

UN TRABAJO SERIO EN
TORNO A LA GESTIÓN
SOSTENIBLE DE LA EMPRESA

PRESENTA

BENEFICIOS Y

OPORTUNIDADES

1.

2.

3.

4.

5.

6.



INICIEMOS EL CAMINO.....

El principal desafío es iniciar el camino hacia la SOSTENIBILIDAD

—

IMPACTOS

—

COSTOS

+

CALIDAD DE LA EXPERIENCIA



INICIEMOS EL CAMINO.....

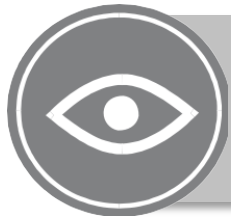
CONSIDERANDO
LOS GRANDES
TEMAS....



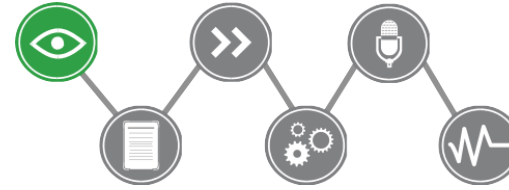
...Y LAS ETAPAS A CUMPLIR

TOMAR EL CAMINO HACIA LA SOSTENIBILIDAD EXIGE
UNA VISIÓN CLARA DE LO QUE SE BUSCA





I. DIAGNOSTICO



Permite conocer en qué condiciones **NOS ENCONTRAMOS**, respecto a los ámbitos **ECONÓMICO, SOCIOCULTURAL Y MEDIOAMBIENTAL**

1.

2.

3. **ANALIZAR** EL ESTADO DE LAS RELACIONES CON LA COMUNIDAD

4. **DETERMINAR** ÁREAS ESPECÍFICAS DE MEJORAMIENTO

¿Qué puede suceder en nuestra ciudad?

¿Algo Huele Mal?

- Contaminación del Agua
- Problemas de Higiene



Temporales

- Problemas de Salud
- Problemas de conectividad





2. POLÍTICA



Establece y declara las **razones** que llevan a la empresa a tomar

COMPROMISOS internos y externos, expresando **CÓMO** se espera cumplirlos y **QUÉ** resultados se obtendrían.

1.

DEFINIR LA VISIÓN ESTRATÉGICA DE SUSTENTABILIDAD

¿Qué haremos?

¿Por qué lo haremos?

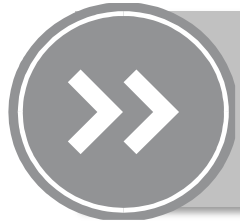
¿Qué buscamos?

2.

ESTABLECER OBJETIVOS GENERALES Y METAS

3.

REDACTAR LA POLÍTICA DE SUSTENTABILIDAD



3. PLAN DE ACCION



DEFINE **ACCIONES** claras y concretas a realizar; ESTABLECE **METAS** que se espera alcanzar; DESARROLLA **INDICADORES**, ASIGNA **RESPONSABILIDADES** y EVALÚA **COSTOS**



ACCIONES



INDICADORES



COSTOS



METAS



RESPONSABILIDADES





4. IMPLEMENTACIÓN



Para implementar los lineamientos establecidos en la Política y las tareas del Plan de Acción se debe capacitar e involucrar a todos los miembros de la organización.

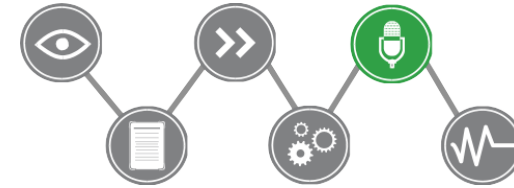
1.

2.

3. COMPARTIR RESULTADOS



5. COMUNICACIÓN



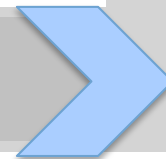
La comunicación es determinante para lograr un recorrido exitoso. A través de ésta se informa sobre las acciones, se motiva a los actores importantes y se compromete al personal y los clientes con la sustentabilidad.

1.

2.

3. COMUNICACIÓN EXTERNA

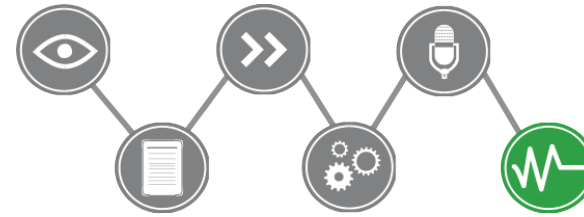
4. MARKETING HONESTO



*La responsabilidad en la comunicación es clave. Hay que **ser** sustentables, **no parecer.***



6. MONITOREO



Llevar **registros** claros y periódicos de los resultados de nuestras acciones será determinante, para promover un mejoramiento continuo, siempre **atentos** a la experiencia del consumidor:

1.

2.

3. **REDISEÑAR Y MEJORAR PROCESOS**

Y PARA LLEVAR EN EL VIAJE.....

Tomar el camino hacia la sostenibilidad es una **responsabilidad ineludible** y una oportunidad importante para la industria turística y hotelera.

Emprender el camino es una **decisión estratégica** que beneficia al medio ambiente, a las personas y principalmente, a la misma empresa.

Y PARA LLEVAR DE VIAJE.....

"Seamos claros: nuestra empresa ha sido deshonesta", admitió.

Solo en Estados Unidos, VW podría enfrentarse a una multa de hasta US\$37.500 por cada auto sometido a esta trampa, **lo que situaría la multa total en US\$18.000 millones.**

La EPA acusa a la empresa de utilizar un programa que activa los controles de contaminación completos solo cuando el coche está siendo sometido a un control de emisiones.

La EPA calcula que, como resultado, **los autos emiten en realidad hasta entre 10 y 40 veces más dióxido de carbono que el que indica la normativa de Estados Unidos, lo que supone una "violación muy grave" de la ley.**



Los autos emiten más de lo que pueden detectar las autoridades.