

# Guía de Turismo para el Desarrollo Sostenible

II Edición



GRUPO

VIAJES *El Corte Inglés*

# La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible

“

***El turismo tiene un alto impacto en el desarrollo de las ciudades. Desde el sector debemos contribuir a que este crecimiento se lleve a cabo de manera sostenible y planificada, respetando el carácter local y el patrimonio cultural”.***







El 25 de septiembre de 2015, 193 líderes mundiales se comprometieron en los siguientes 15 años al cumplimiento de 17 objetivos recogidos a su vez en 169 metas para alcanzar 3 logros extraordinarios: terminar con la pobreza extrema, luchar contra la desigualdad y la injusticia y reparar el cambio climático. Nació así la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, que constituía una visión universal, integrada y transformadora de un mundo mejor. Una agenda en favor de las personas, para poner fin a la pobreza en todas sus formas. También significaba un paso hacia adelante en favor del planeta, el hogar de todos, con la cruzada contra el cambio climático, así como el inicio de un camino esperanzador en pos de una prosperidad compartida, la paz y las alianzas de colaboración.

Pero la verdadera prueba de fuego está siendo la implementación de una agenda tan ambiciosa como necesaria. Para superar este verdadero reto es necesaria la acción de todos. Es el momento de los grandes líderes con altura de miras que trasciendan las fronteras nacionales y los intereses a corto plazo para actuar con solidaridad a largo plazo. Pero solo con el empeño de los gobiernos no es suficiente. Será imprescindible la participación activa del sector empresarial, el mundo científico y educativo y, en general, de toda la sociedad civil. Han pasado 7 años desde el lanzamiento de la Agenda 2030 y lo más importante es que todos ellos deben haberse puesto ya manos a la obra.

Faltan tan solo siete años para el 2030 y debemos preguntarnos si las medidas que estamos adoptando hoy logran poner las bases adecuadas para alcanzar los objetivos que nos marcó la Agenda en el acuerdo firmado en 2015.

En todo este engranaje, nuestro sector, el turismo, puede y debe adoptar un papel protagonista favoreciendo los impactos positivos (que son numerosos) y minimizando aquellos que no lo son. El turismo tiene una posición firme en la Agenda 2030, pero para cumplir este plan hace falta un marco de aplicación claro, una financiación adecuada e inversión en tecnología, infraestructuras y recursos humanos, así como una clara apuesta del sector público y privado por la sostenibilidad. Aprovechar los beneficios del sector turístico será clave para la ejecución y cumplimiento de la Agenda 2030.



Grupo Viajes El Corte Inglés, como miembro de Pacto Mundial y en el seno de su Grupo de Trabajo sectorial de Turismo y ODS, comenzó ya hace unos años a poner su granito de arena incorporando paulatinamente en su estrategia global de Compañía aspectos relacionados con la Agenda 2030 y, en especial, los que mantienen mayor relación con nuestro sector. Esta Guía es una prueba de ello, pero aún queda mucho por hacer y, sin duda, Grupo Viajes El Corte Inglés necesitará la colaboración en este camino de todos sus grupos de interés, principalmente, nuestros clientes, empleados y proveedores.



# Índice de contenidos

La agenda 2030 para el desarrollo sostenible	02
Código ético Mundial del Turismo	06
Los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Status 2023	08
Diez acciones para el Desarrollo Sostenible en el Turismo	10
La visión del desarrollo sostenible en el futuro de nuestros grupos de interés	12
El turismo sostenible, la apuesta de Grupo Viajes El Corte Inglés	28
Grupo Viajes El Corte Inglés y su III Plan de Igualdad	31
Impulsa Igualdad y Grupo Viajes El Corte Inglés, juntos por un turismo accesible e inclusivo	34
Tourmundial, comprometido con la sostenibilidad:	36
El valor de las certificaciones y sellos para el turismo	38
El porqué de esta Guía	48
La economía circular, modelo de crecimiento para un planeta más sostenible	51
Alojamientos	55
Transporte	57
Cruceros	59
Destinos	60
Los DMC´s y el Turismo para el desarrollo sostenible	61
Eventos	63
Estrategia de Turismo Sostenible de España	66
Medición Huella de carbono	68
Now 2030, la herramienta para la generación de eventos sostenibles	71
Consejos para el Turista Responsable	73



# Código ético Mundial del Turismo

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo especializado de las Naciones Unidas encargado de la promoción del turismo sostenible, responsable y universalmente accesible. La OMT se esfuerza por incluir el turismo en la agenda mundial como un sector que impulsa el crecimiento económico, el desarrollo inclusivo y la sostenibilidad ambiental y sociocultural.

En consonancia con los principios del Código Ético Mundial para el Turismo, la organización tiene por objeto maximizar los efectos económicos y socioculturales positivos del turismo al tiempo que reduce al mínimo sus efectos negativos sobre el medio ambiente y la sociedad.

Una de las formas de hacer frente a estos efectos negativos es que las empresas se comprometan voluntariamente a respetar los principios de responsabilidad social corporativa (RSC).

Invita a los gobiernos y a otros interesados en el sector del turismo a estudiar la posibilidad de introducir, según proceda, el contenido del Código Ético Mundial para el Turismo en las correspondientes leyes, normas y prácticas





profesionales y, a este respecto, expresa su reconocimiento por los esfuerzos desplegados y las medidas adoptadas por algunos Estados. Alienta a la Organización Mundial del Turismo a promover el seguimiento eficaz del Código Ético Mundial para el Turismo, con la participación de los interesados en el sector del turismo.

El Grupo de empresas de Viajes El Corte Inglés trabaja de forma sistemática y a largo plazo por aumentar y asegurar la sostenibilidad de sus operaciones, inspirándose en el marco de los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) promovidos por Naciones Unidas.

En 2017 Viajes El Corte Inglés firmó el Código Ético Mundial del Turismo y los principios generales del turismo sostenible y responsable.

El secretario general de la OMT Taleb Rifai indicó que “La suma de Viajes El Corte Inglés al Código Ético Mundial para el Turismo fue uno de los hitos más significativos de 2017, en el que precisamente se celebró el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo” y para Viajes fue la reafirmación del vínculo de la sociedad de la que formamos parte y una forma de crear valor de manera duradera.

Una de las formas de hacer frente a estos efectos negativos es que las empresas se comprometan voluntariamente a respetar los principios Ambientales Sociales y de Gobernanza (ASG) con una estrecha relación con los grupos de interés realizando un ejercicio de escucha constante para dar respuesta a sus demandas.



## Los Objetivos de Desarrollo Sostenible: **Status 2023**

Nos encontramos a mitad de camino para la consecución de los objetivos de desarrollo sostenible cuya hoja de ruta marcó la Agenda 2030 en el año 2015. Según los datos de la ONU en su Informe sobre los ODS (Edición Especial 2023) los avances para más del 50% de los ODS y sus 140 metas aún son insuficientes y el 30% están sin abordar o incluso han retrocedido. Problemas como la pobreza, el hambre o el clima, están entre ellos.

Si las tendencias actuales continúan en esa línea, según el citado informe, en 2030, 575 millones de personas seguirán atrapadas en la pobreza extrema y se calcula que 84 millones de niños y jóvenes seguirán sin escolarizar. Por su parte, el calentamiento global ha alcanzado 1,1 grados centígrados por encima de los niveles preindustriales y es probable que alcance o supere el delicado punto de inflexión de 1,5 grados en 2035. Las olas de calor catastróficas y cada vez más intensas, las sequías, las inundaciones y los incendios forestales se han vuelto demasiado frecuentes, factores todos ellos que generan un impacto evidente en muchos sectores económicos, entre otros, el turismo. El aumento del nivel del mar también es una amenaza clara tanto para turistas, pero, sobre todo, para las poblaciones que residen en la costa.

Una vez superada la crisis sanitaria mundial que provocó la pandemia, los países en desarrollo se enfrentan a un escenario de permacrisis (palabra del año 2022 según el diccionario Collins) con un aumento de la deuda externa, agravada por la subida de la tasa de inflación y el aumento de las tasas de interés.



En contraste con las cifras anteriores, los adelantos en algunos ámbitos desde el año 2015 indican nuevos y esperanzadores avances. En 2021, 133 países ya habían alcanzado la meta de los ODS relativa a la tasa de mortalidad de los menores de 5 años, y se espera que 13 países lo hagan para el 2030. Por otro lado, el acceso a internet ha aumentado un 65%, alcanzando la cifra de 5.300 millones de personas en 2022.

La tarea que tenemos por delante es muy compleja pero no imposible. Disponemos solo de 7 años para lograr un cambio transformador. Por ellos, los gobiernos junto a todas las instituciones públicas y privadas, empresas, organismos, etc. deberán necesariamente fortalecer su colaboración, al tiempo que generan confianza y responsabilidad. La gobernanza por tanto se convertirá en un factor clave, a través de las normativas regulatorias que podrían provocar un sensible cambio de rumbo, en el caso de que se acometieran con la suficiente antelación.





# Diez acciones para el Desarrollo Sostenible del turismo

**1.** Igualdad de género (meta 5.5). Garantizar la igualdad de salarios y oportunidades a las mujeres, reforzar su protección jurídica y promover el liderazgo femenino en el sector.

**5** IGUALDAD DE GÉNERO



**2.** Trabajo decente y crecimiento económico (meta 8.5). Consolidar una oferta de empleo de calidad y a largo plazo, y ofrecer oportunidades para jóvenes, personas con discapacidad o colectivos en riesgo de exclusión.

**8** TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



**3.** Industria, innovación e infraestructura (meta 9.4). Apostar por la innovación y la transformación digital para generar una oferta turística más eficiente, inclusiva y sostenible, que dé lugar a un turismo inteligente.

**9** INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



**4.** Ciudades y comunidades sostenibles (meta 11.4). Preservar los destinos, promover la cultura y los productos locales y promocionar las ciudades y los transportes sostenibles.

**11** CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES



**5.** Producción y consumo responsables (12.4). Implantar criterios de economía circular en la cadena de valor de las empresas del sector y proporcionar pautas de consumo sostenible entre los turistas.

**12** PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



**6.** Acción por el clima (meta 13.3). Impulsar medidas contra el cambio climático y sensibilizar a los grupos de interés de las empresas del sector.

**13** ACCIÓN POR EL CLIMA



**7.** Vida submarina (meta 14.5). Conservar y utilizar de forma responsable el océano, los mares y los recursos marinos.

**14** VIDA SUBMARINA



**8.** Vida de ecosistemas terrestres (meta 15.1). Promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres para preservar la biodiversidad de los destinos.

**15** VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES



**9.** Paz, justicia e instituciones sólidas (meta 16.5). Introducir procesos de transparencia en las empresas del sector, que garanticen entornos seguros con los derechos humanos y eviten prácticas corruptas.

**16** PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS



**10.** Alianzas para lograr los objetivos (meta 17.17). Promover el intercambio de conocimientos a través de alianzas estratégicas entre empresas, gobiernos, sociedad civil y universidades, para multiplicar el impacto.

**17** ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS





# La visión del desarrollo sostenible en el futuro de nuestros grupos de interés



Tiene como misión generar un movimiento internacional de empresas sostenibles para crear el mundo que queremos. Así como a unir empresas con otros actores que trabajan para promover el desarrollo sostenible: gobiernos, sociedad civil y las Naciones Unidas.

La Red Española, es, desde su creación, una de las primeras plataformas nacionales del Pacto Mundial y la red local con mayor número de firmantes.

Para la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas el desarrollo sostenible es la única vía posible para acometer los grandes desafíos de nuestro planeta, como la erradicación de la pobreza, la lucha contra la desigualdad, la acción por el clima o la igualdad de género.

**El Pacto Mundial de Naciones Unidas es una iniciativa para conseguir que las empresas y organizaciones alineen sus estrategias y operaciones con Diez Principios universales sobre Derechos Humanos, normas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción. Cuenta con el mandato de la ONU para promover los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en el sector privado.**

Las empresas del sector turístico conforman un sector clave para lograr un movimiento hacia la consecución de estos Objetivos. Su enorme peso en la economía internacional, generando el 10,2% del PIB global y empleando a 292 millones de personas, refleja el gran potencial de sus empresas y la capacidad de influencia que posee sobre los retos mundiales. También a nivel nacional el sector turístico tiene un carácter estratégico, no en vano, España es el segundo país más visitado del mundo, solo por detrás de Francia

y superando a Estados Unidos. Las empresas españolas del sector han de estar a la altura de esta posición, desarrollando oportunidades de negocio en torno a los desafíos de la Agenda y ofreciendo mejores servicios en términos de sostenibilidad.

La Red Española del Pacto Mundial promueve desde sus inicios acciones con el fin de transformar la industria turística de España en un sector más justo, ético y sostenible. Una de las actuaciones más importantes en este sentido fue la creación de un grupo de trabajo con empresas del sector turístico junto con la Organización Mundial del Turismo en 2015. Actualmente este grupo está constituido por 26 entidades socias de la Red Española.

La primera acción de este grupo fue la elaboración de una publicación que pusiera de relieve la situación actual del sector y los principales retos en sostenibilidad derivados del escenario mundial en base a la Agenda 2030 de las Naciones Unidas. Esta se presentó en 2016 con el nombre “El sector turístico y los Objetivos de Desarrollo Sostenible - Turismo responsable, un compromiso de todos”.

A partir de esta fecha, el grupo de trabajo ha proseguido su actividad llevando a cabo diferentes acciones para promover el desarrollo de un turismo responsable y sostenible entre las empresas integrantes. Entre otras acciones, en 2017 se celebró el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, en 2018 se lanzó una campaña especial de redes sociales titulada #yosoyviajeroresponsable y en 2019 tuvo lugar un evento en Ibiza sobre Agenda 2030 y sector turístico. Además, a lo largo de estos años, el grupo ha participado en la Feria Internacional

de Turismo (FITUR) en tres ocasiones, y con motivo del Día Mundial del Turismo, se han llevado a cabo diferentes campañas de acción recopilando un total de 61 buenas prácticas de empresas del sector, visibilizando 45 tribunas de opinión y desarrollando 18 piezas multimedia relacionadas con los ODS.

En la segunda fase del grupo de trabajo del sector del turismo, iniciada en el año 2023, las organizaciones integrantes adquieren un compromiso de colaboración para los próximos tres años.

El grupo se marca los siguientes objetivos:

- 1.** Potenciar la participación de socios del sector turístico en actividades de Pacto Mundial de la ONU España e impulsar la sostenibilidad en estas empresas.
- 2.** Desarrollar y difundir contenidos relacionados con el sector turístico, relativos a contribución a los ODS y otros ámbitos de la sostenibilidad en colaboración con los miembros del grupo.
- 3.** Posicionar el grupo de trabajo como un referente en el ámbito del turismo y la sostenibilidad.





Uno de los puntos fuertes del grupo de trabajo es que ofrece formaciones específicas para las empresas centrandolo en aquellos puntos a reforzar.

En cuanto al conocimiento de los ODS por parte del sector, aún queda trabajo por hacer: según la publicación de Pacto Mundial, el sector turístico y la Agenda 2030, algo más del 33% conoce los ODS en profundidad, y casi un 44% identifica los ODS prioritarios. En esta publicación se recogen cuáles son los ODS más trabajados por las empresas españolas del sector. En concreto, el ODS 5 de igualdad de género (62,5%), el ODS 13 de acción por el clima (60,4%) y el ODS 3 referente a salud y bienestar (57,3%).

Los análisis sobre el avance de los ODS demuestran que los esfuerzos individuales son insuficientes y que será necesario el impulso de las alianzas para hacer frente a los retos que plantea la Agenda 2030. Por este motivo, el enfoque sectorial es fundamental para conseguir un impacto real de las empresas en los ODS.

La articulación de grupos de trabajo sectoriales ayuda a las empresas a encontrar puntos de mejora, trazar hojas de ruta, posibilitar el desarrollo de sinergias entre entidades y ampliar el conocimiento de las mismas traduciéndolo en acciones reales.

El turismo sostenible está aquí y ahora. Como oportunidad de negocio se trata del presente del sector y ya son 22 las empresas adheridas al Pacto Mundial de la ONU España que trabajarán conjuntamente liderando el impulso sectorial.





## FAADA

La **Fundación para el Asesoramiento y Acción en Defensa de los Animales (FAADA)** es una fundación privada, independiente y sin ánimo de lucro activa desde 2004. Sus acciones originales fueron la de apadrinar, adoptar y rescatar animales salvajes y de compañía. A raíz de la experiencia adquirida como profesionales del sector, en 2012, decidieron iniciar un proceso de transformación interno con el objetivo de poner el conocimiento y los recursos para incidir en la protección de los animales de forma más estratégica, trabajando desde la acción en el ámbito social, legislativo y educativo.

**Para FAADA un desarrollo sostenible en el sector turístico** es aquel que tiene en cuenta las necesidades de las poblaciones locales, del medioambiente y de los animales.

A lo largo de los últimos años, un creciente número de proyectos y operadores del sector han empezado a incluir la responsabilidad en el turismo dentro de sus propuestas de viaje, pero muy pocos lo han hecho incorporando los problemas relacionados con el uso de la fauna en el mundo de los viajes.

Los animales resultan gravemente afectados por su explotación en el turismo como consecuencia del hecho de que particulares y profesionales, en gran mayoría, siguen percibiendo su presencia en este sector como una herramienta para generar ingresos, una atracción turística. Una mera oportunidad fotográfica para “redes sociales”.

La realidad en cambio es que, en función de por qué actividades nos decantemos a la hora de programar o planificar un viaje,



la elección puede tener graves repercusiones sobre los animales. Actualmente existen multitud de ofertas turísticas que tienen como reclamo la interacción con fauna salvaje. Y en la gran mayoría de ellas, los protagonistas son individuos arrebatados de su ambiente, emplazados en un hábitat artificial, que sufren y realizan comportamientos totalmente impropios para su especie.

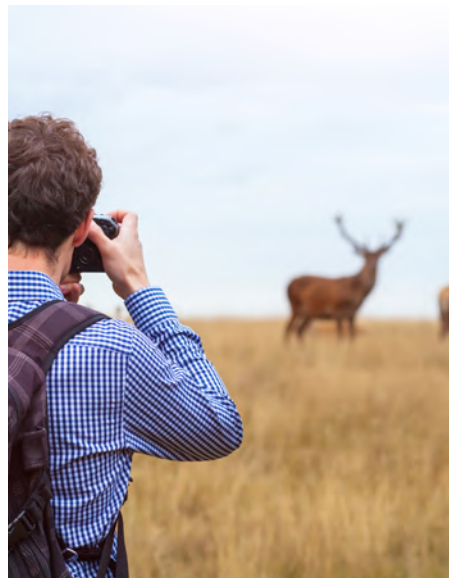
El uso de animales como reclamo en el mundo del entretenimiento, además, causa serios problemas no solo para el bienestar animal sino, en algunos casos, también para la conservación de las especies. En el caso de los elefantes asiáticos, clasificados como “amenazados” en la lista roja de la International Union Conservation of Nature (IUCN), entre 50 y 100 crías de elefantes son capturadas cada año en Birmania para alimentar la industria turística tailandesa y por cada cría capturada hasta cinco elefantes adultos o adolescentes de su familia tienen que ser abatidos. ¿El resultado? En los últimos 100 años se ha perdido el 90% de la población de elefantes asiáticos del mundo.

Desde un punto de vista ético, los valores que transmiten las actividades que utilizan animales reflejan la creencia de que las demás especies que habitan el planeta están para diversión y explotación humana. Esto no solo los degrada, sino que también desensibiliza y desconecta a la sociedad ante los actos de crueldad y violencia a los que se ven sometidos.

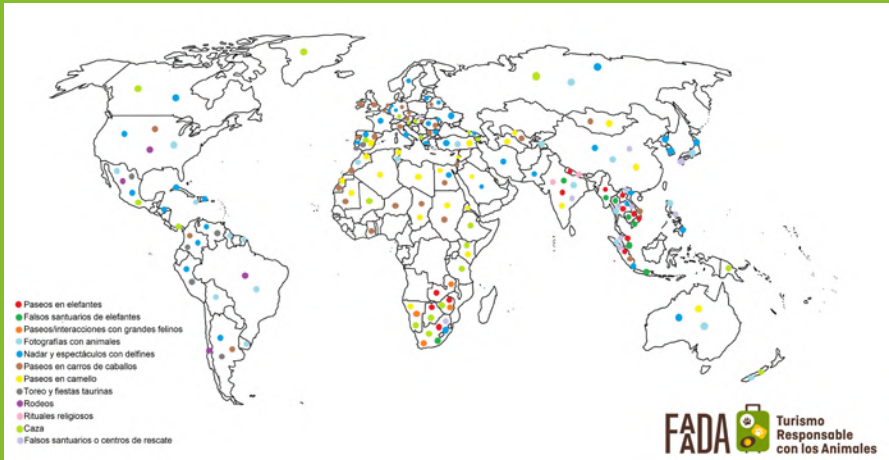
Practicando un turismo responsable con todos los seres vivos tenemos el poder de mejorar las vidas de miles de animales y de reconducir hacia alternativas más respetuosas

esas actividades que se ofrecen bajo una falsa apariencia de respeto por los mismos. El desarrollo de la industria hacia la sostenibilidad solo podrá considerarse completo cuando tenga en cuenta a los demás seres vivos y a sus necesidades básicas. Protegerlos a ellos y a la conservación de las diferentes especies permitirá también cuidar del medioambiente y ayudará a las poblaciones locales a construir un negocio ético y de largo plazo.

En FAADA están a disposición de los diferentes actores del sector que quieran dar un paso adelante en este sentido: explicar las problemáticas relacionadas con cada especie, ayudar a encontrar alternativas responsables en los países de destinos y promover el trabajo de las empresas que apuestan por un turismo sostenible son solo algunos de sus cometidos. Tienen el objetivo de acompañar en la transición de todos los profesionales y viajeros que creen en un turismo más justo para todos.



Mapa por zonas de mundo y problemática desarrollada por países.



**Acciones que FAADA lleva a cabo para mejorar la sostenibilidad en el sector turístico y ODS a los que aporta.**

La campaña de Turismo Responsable con los Animales que llevan a cabo trata de exponer las problemáticas relacionadas con el uso de animales en el sector turístico, así como la estrecha relación que existe entre los mismos y la desaparición de especies gravemente amenazadas. Así mismo, la campaña pretende ofrecer alternativas éticas para turistas y profesionales del sector que quieran conocer a los animales de manera responsable y apoyar el trabajo de santuarios y centros de rescates reales.

Es por esto que realizan: publicaciones y artículos de concienciación; charlas en ferias, jornadas, escuelas, universidades y eventos; asesoramiento a empresas del sector; asesoramiento a viajeros y bloggers, así como colaboraciones con éstos últimos; investigaciones de las problemáticas y creación de manuales de buenas prácticas, campañas específicas y material de concienciación.



## Buenas prácticas (FAADA)

Como parte de su Desarrollo del Turismo Responsable con los Animales, aportan consejos para ser un turista responsable: Guías de Buenas Prácticas para los Avistamientos y los Safaris; Manual para reconocer Falsos Centros de Rescate; Política Agencias de Turismo Responsable. Todo ello con el objetivo de informar y aportar soluciones que todos los viajeros pueden adoptar para sus viajes.

En el mes de septiembre de 2023, tuvo lugar una jornada formativa sobre bienestar animal en el sector turístico, dirigida a más de 80 compañer@s del Grupo Viajes El Corte Inglés en la sede central de Av. de Cantabria, 51, organizada por el Departamento de Sostenibilidad.

Durante la jornada, Andrea Torres, en representación de FAADA, impartió una interesante e impactante conferencia

sobre el uso de animales en el turismo. Se trataron temas relacionados con el impacto de las actividades turísticas en animales, y la esencial diferencia entre auténticos santuarios legales y aquellos que operan fuera de la legalidad, y el riesgo que la explotación puede suponer para sus poblaciones.

Además, se abordó la zoonosis y cómo ciertas prácticas turísticas pueden ser un riesgo tanto para animales como para turistas. También habló sobre la importancia de alternativas sostenibles, como avistamientos en su entorno natural y centros de rescate que aseguren el bienestar animal.

La formación y la educación son claves para la adopción de prácticas turísticas más éticas y sostenibles. Por ello, es fundamental que todos los actores implicados en la cadena de valor del turismo asuman su responsabilidad.





## UNICEF

**UNICEF es una agencia de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) con sede en Nueva York y que provee ayuda humanitaria y de desarrollo a niños y madres en países en desarrollo. Es uno de los miembros y la comisión ejecutiva de la United Nations Development Group. Originalmente fue creado en 1946 con el nombre de United Nations International Children's Emergency Fund (UNICEF), en español: Fondo Internacional de Emergencia de las Naciones Unidas para la Infancia, para ayudar a los niños de Europa después de la Segunda Guerra Mundial. En 1953, UNICEF se convierte en organismo permanente dentro del sistema de la ONU, encargado de ayudar a los niños y a las familias y sus derechos.**

**UNICEF trabaja en más de 191 países y territorios a través de diferentes programas y Comités Nacionales.**

**Para UNICEF un desarrollo sostenible en el sector turístico** es el que favorece el impacto positivo y evita los impactos negativos sobre los derechos de los niños, de las niñas y de los adolescentes y así respeta, promueve y garantiza sus derechos por completo, a

lo largo de todas sus operaciones y de su cadena de valor. Como uno de los sectores más grandes y dinámicos de la economía mundial, el turismo tiene el potencial de mejorar la vida de millones de niños, pero también tiene impactos adversos en los derechos de los niños, tanto directamente, incluido el trabajo infantil, las condiciones de trabajo, la explotación comercial sexual y la trata, la pornografía, como indirectamente, a través del uso de la tierra y el agua, la contaminación y el impacto ambiental.

UNICEF trabaja con gobiernos, sector público, sector privado turístico y toda su cadena de valor, sociedad civil, comunidades locales, turistas, para que se promuevan, respeten y garanticen todos los derechos de la infancia. La industria turística tiene la oportunidad de liderar esta causa al asumir la responsabilidad de sus impactos directamente sobre la infancia y a través de los empleados y sus familias, los clientes, y las comunidades locales donde operan.



### Áreas de impacto de viajes y turismo en la infancia:

- Trabajo infantil en las cadenas de valor: según la Organización Internacional del Trabajo, hay entre 13 y 19 millones de niños que trabajan en una ocupación vinculada al turismo, desde los eslabones de la cadena de valor en la construcción, los servicios contratados y el suministro de alimentos, hasta la venta de productos en las playas, el transporte de equipaje o trabajando como camareros en restaurantes locales.
- Protección de los niños en las actividades e instalaciones turísticas. Los niños y las niñas son vulnerables a la explotación sexual en esos entornos, ya que hay personas que utilizan la infraestructura y los servicios de la industria para facilitar o cometer estos delitos. Se estima que 150 millones de niñas y 73 millones de niños menores de 18 años sufren explotación sexual u otras formas de violencia sexual según el Estudio global de la ONU sobre la violencia contra los niños. La explotación sexual de los niños ocurre en todas partes, en todos los países y en todos los grupos sociales. En 2016, ECPAT International coordinó el Estudio Global sobre Explotación Sexual de Niños en Viajes y Turismo, que arrojó luz sobre las últimas tendencias y patrones de este crimen en todo el mundo.
- Trabajo digno para trabajadores madres, padres y cuidadores: las mujeres constituyen la mayoría de la fuerza laboral del turismo, pero tienden a concentrarse en los trabajos peor pagados y de menor estatus, con protecciones de maternidad inadecuadas y sin apoyo a la lactancia materna. A menudo, los padres y madres trabajan con un horario largo e irregular y/o sin un salario digno. El impacto negativo en la infancia es directo: los niños y niñas quedan solos y extremadamente vulnerables a lesiones, negligencias y abusos, también significa no tener ingresos suficientes para que accedan a tratamientos médicos o comidas nutritivas y, en algunos casos, puede contribuir a que los niños busquen formas de mantener los ingresos familiares.
- Oportunidades para trabajadores jóvenes. Es necesario alentar el trabajo formal y la capacitación adecuada para los jóvenes vulnerables de 15 a 17 años.
- Tierra, agua y medio ambiente. A medida que los turistas buscan lugares nuevos y "exóticos", las operaciones comerciales se expanden y, a menudo, implican la adquisición de terrenos para la construcción de hoteles o atracciones turísticas. Las familias y comunidades afectadas por la adquisición de tierras en nombre del turismo pueden verse socavadas y sus derechos de propiedad y pueden enfrentar procesos de reasentamiento difíciles e injustos. El desarrollo del turismo, incluido el crecimiento de la infraestructura, la insuficiencia de los sistemas de alcantarillado y el uso de productos químicos afectan el medio ambiente y los servicios básicos en el destino y, en consecuencia, la salud de las familias locales y sus hijos.

**Acciones que UNICEF lleva a cabo para mejorar la sostenibilidad** en el sector turístico y ODS a los que aporta.

**UNICEF** trabaja con Gobiernos, sector público, sector privado turístico y toda su cadena de valor, sociedad civil, comunidades locales, turistas, para que se promuevan, respeten y garanticen todos los derechos de la infancia y, concretamente, para evitar los impactos

negativos del turismo y vulneraciones de derechos de este sector sobre la infancia. 93 oficinas de UNICEF en diferentes países colaboran con los gobiernos y la sociedad civil para implementar las siguientes acciones generales y específicas con el sector turístico: (<https://www.unicef.es/colabora/empresas/rsc-unicef/agenda-desarrollo-sostenible-2030>).

### Mapa de países en mayor situación de riesgo







## Acciones generales

### Incidencia política

Fortalecimiento del marco normativo, establecimiento de planes de acción con los gobiernos, promoción de códigos de conducta nacionales.

### Investigaciones y estudios

Generación de datos y evidencias, diseño de guías y protocolos sobre el impacto de la industria turística en la infancia.

### Programas integrales

Incluyen incidencia, sensibilización, fortalecimiento institucional, formación, análisis de cadenas de valor, evaluaciones de impacto en DDHH infancia, trabajando en colaboración con la industria, el gobierno, las comunidades, la sociedad civil.

### Alianzas

En colaboración con el sector público, privado y sociedad civil.

## Acciones específicas



### ODSs implicados:

1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 16, 17

## Perspectiva infancia

### Fortalecimiento servicios públicos

Estrategia nacional, mecanismos de coordinación, servicios de salud y de educación, fuerzas de seguridad, sistema judicial.

### Formaciones y capacitaciones

Dirigidas a empleados, clientes, redes juveniles, estudiantes, padres y madres, funcionarios, fuerzas seguridad, jueces, en prevención y denuncia de explotación sexual infantil y otros impactos en la infancia (cambio climático, derechos de los niño/as).

### Información a niñas/os de sus derechos

Desarrollo de materiales educativos, en colaboración con centros educativos y comunidades locales.

### Campañas de sensibilización

Contra la explotación sexual infantil, protección de niñas/os, trabajo digno, oportunidades formación jóvenes desfavorecidos, higiene y salud, alimentación saludable, marketing y publicidad que fomente el turismo responsable, códigos de conducta industria turística. En zonas turísticas, hoteles y aeropuertos.



**La Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas proyecta 1.800 millones de viajeros para 2030. Este crecimiento proporciona un acceso más amplio y más fácil para todos los viajeros y subraya la necesidad de medidas más enérgicas para la protección de los niños”.**





### **Metodologías generales:**

La guía Derechos del Niño y Principios Empresariales, 2012. Son principios que identifican las acciones que las empresas deben llevar a cabo para prevenir los impactos negativos sobre los niños y las medidas voluntarias para promover los derechos de la infancia en el lugar de trabajo, en el mercado y en la comunidad en la que operan.

### **Metodologías concretas:**

- **Estudio Global ECPAT 2016, sobre Explotación Sexual de Niños, Niñas y Adolescentes en Viajes y Turismo.** UNICEF es miembro asesor de la Junta del Código de Conducta Internacional (The Code). El Código fue creado con el apoyo de UNICEF para ser una herramienta de protección infantil utilizada por la industria para combatir específicamente la explotación sexual de niños en viajes y turismo. Estudio Global sobre Explotación Sexual de Niños en Viajes y Turismo.
- **La OMT preparó, con el apoyo técnico de UNICEF y el Comité del Reino Unido para UNICEF,** las directrices “Turismo para el Desarrollo” (2018) sobre el papel del turismo en el desarrollo sostenible, una oportunidad estratégica para la práctica del turismo en línea con los ODS.
- **Evaluación del Código de conducta para la protección de los niños contra la explotación sexual en viajes y turismo** (UNICEF Innocenti Research Center, 2012), para medir el impacto y la eficacia del Código a nivel mundial y nacional.

### **Buenas prácticas (UNICEF)**

UNICEF trabaja y promueve de la mano de otras asociaciones iniciativas y recursos para garantizar los derechos del niño en el sector de viajes y turismo. Dentro de las buenas prácticas que los viajeros y las empresas turísticas deberían llevar a cabo, incluyen la desarrollada con Friends International y su movimiento ChildSafe:

Friends International ha estado a la vanguardia de la promoción de los derechos del niño en varios destinos del sudeste asiático. Su movimiento ChildSafe, trabaja para garantizar que los niños estén

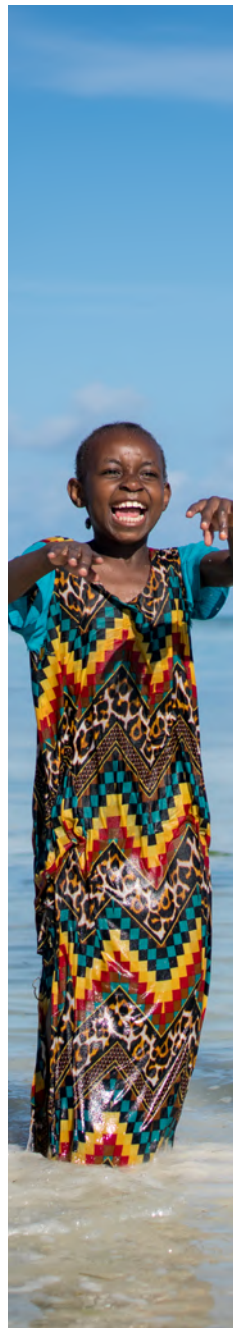


protegidos a través de prácticas comerciales positivas y de apoyo. El equipo de ChildSafe también ha publicado 7 excelentes consejos para los viajeros para ayudarlos a comprender cómo los viajeros y la industria del turismo pueden contribuir a un cambio positivo.

1. Los niños no deben ser tratados como atracciones turísticas, no deben ser objeto de visitas.
2. El voluntariado. Trabajar con niños en instituciones como orfanatos es un trabajo para expertos locales, no para viajeros. Los niños merecen cuidadores y maestros calificados que conozcan la cultura y el idioma locales.
3. No dar limosna a los niños. Fomenta la mendicidad y frena la escolarización.
4. No ayudar directamente a los niños porque no conoce la cultura y las leyes locales. Informar a la policía o a una asociación.
5. Explotación sexual. En caso de sospecha de este delito llamar a una línea directa de protección infantil, con una organización local o con la policía.
6. Denunciar el trabajo infantil.
7. Proteja a los niños, solicitando una capacitación o certificación de su empresa turística (como hoteles, agencias de viajes, restaurantes y servicios de taxi) como protectora activa.

### **Tecnología desarrollada para la ayuda a las buenas prácticas**

Como ejemplo de tecnologías desarrolladas, UNICEF Brasil ha desarrollado una aplicación para turistas como canal de denuncia cuando sean testigos de niños y niñas en riesgo de explotación sexual comercial. Se propone que en esas situaciones se reporte inmediatamente a las autoridades locales, se comunique con las líneas directas de ChildSafe, o use aplicaciones como esta producidas por UNICEF Brasil.







# WWF



World Wildlife Fund (WWF) es la mayor organización internacional independiente dedicada a la defensa de la naturaleza y el medio ambiente. Su misión es conservar la naturaleza, sus hábitats y especies, y luchar contra las amenazas sobre la vida en la Tierra.

Fundada en 1961, trabajan en más de 100 países y cuentan con el apoyo de 5 millones de miembros, aproximadamente, en todo el mundo. Como parte de esta red, WWF España trabaja con todas sus fuerzas, pasión y creatividad, para defender la naturaleza y las personas. Abiertos al diálogo y a sumar con todos los sectores para acelerar los cambios en favor del medio ambiente.

Para WWF un desarrollo sostenible en el sector turístico es el que tiene como objetivo final la preservación del entorno natural. La visión de WWF es que el turismo sostenible debe ser parte de una estrategia más amplia de desarrollo sostenible, ser compatible con la conservación de los ecosistemas naturales y tener en cuenta a las comunidades locales, asegurando que se produzca un reparto justo de los beneficios. Además, debe perseguir la reducción de emisiones de gases de efecto.



Acciones que WWF lleva a cabo para mejorar la sostenibilidad en el sector turístico y ODS a los que aporta.

WWF utiliza el turismo como una herramienta de conservación de la naturaleza. Con esta visión, WWF realiza gestiones a nivel político y sobre el terreno en diferentes áreas de trabajo. Uno de sus campos de acción consiste en llevar a cabo proyectos de ecoturismo con comunidades locales. En el ámbito político, trabajan para garantizar una actividad turística compatible con la conservación del entorno, creando alianzas con empresas de turismo sostenible, fortaleciendo los beneficios del turismo destinado a las comunidades locales, entre muchas otras acciones.

Mediante el trabajo en turismo sostenible de WWF, se está contribuyendo al cumplimiento de los siguientes ODS: 6, 7, 11, 12, 13, 14 y 15.



***El funcionamiento de la actividad turística depende de la calidad y el estado del paisaje, teniendo implícita la necesidad de un modelo de desarrollo en equilibrio con su entorno”.***



# El turismo sostenible, la apuesta del Grupo Viajes El Corte Inglés

En Grupo Viajes El Corte Inglés llevamos años apostando por un turismo enfocado en el desarrollo sostenible, que minimice el impacto negativo en el medioambiente, además de generar riqueza y diversidad. Como hemos mencionado, somos miembros del Grupo de Turismo y ODS creado por la Red Española del Pacto Mundial.

Nos hemos sumado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que se proponen en la Agenda 2030, a pesar de que esta parece correr riesgo tras la nueva realidad y los conflictos internacionales que han derivado en una crisis energética y económica.

Pero ¿qué es el turismo sostenible? Porque hay muchas definiciones, pero con los años va evolucionando y se va perfilando aún más.

La terminología de turismo sostenible se empezó a usar a principios de los años 90 en los organismos internacionales.

En ese momento se definía como 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.

Si lo vemos desde el punto de vista de las operaciones turísticas, podemos centrarnos en los objetivos del turismo sostenible y responsable:

- Reducir o evitar impactos negativos medioambientales de la actividad turística.
- Favorecer la sostenibilidad económica y empresarial de las empresas turísticas.
- Promover la escala local de los negocios y la puesta en valor de los recursos culturales y patrimoniales locales.
- Avanzar hacia la inclusión y la igualdad entre las personas en el marco de la actividad turística.





En aquellos momentos la definición de turismo sostenible hacía una referencia más fuerte hacia la sostenibilidad de los destinos, infraestructuras, operaciones y hoteles. Pero hoy en día se ha quedado escasa porque ahora también habría que incluir en esta definición el llamado turismo responsable, que involucra a todas las personas involucradas en las operaciones turísticas.

Ampliando un poco el concepto, el **turismo responsable** es aquel que:

- Minimiza los impactos negativos del turismo a nivel medioambiental, social y cultural.
- Genera mayores beneficios económicos para las comunidades anfitrionas y contribuye a su bienestar.
- Involucra a la población local en las decisiones que afectan a sus opciones de vida.
- Contribuye positivamente a la conservación del patrimonio natural y cultural, y al mantenimiento de la biodiversidad.
- Ofrece a los turistas experiencias más gratas, a través de relaciones significativas con elementos del entorno local.
- Es accesible, en la medida de lo posible, para las personas con limitaciones físicas y capacidades diferentes.
- Presta atención a los aspectos culturales y promueve el respeto entre turistas y anfitriones.







## ¿Por qué el turismo sostenible tiene ahora más peso?

A lo largo de los años, el turismo ha tenido un impacto negativo en el medioambiente porque estaba desestructurado y primaba el concepto de masificación en determinados momentos del año. Esto último provocaba una enorme estacionalidad laboral muy perjudicial, algo que el turismo sostenible ha comenzado a mitigar.

La mayor concienciación con el cuidado del medioambiente ha hecho que el turismo sostenible ya no sea una idea de futuro y pase a ser una propuesta del presente.

Por ello, Grupo Viajes El Corte Inglés está impulsando distintas acciones para contribuir a la consecución de estos objetivos de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, y transformar la industria turística en un sector más justo, ético y sostenible.

## Landing de Producto sostenible en Viajes El Corte Inglés

Viajes El Corte Inglés, dentro de su estrategia de sostenibilidad y en línea con su Plan Director de ASG 2021-2025 da un paso más con la creación de un espacio dedicado al turismo sostenible en su página web [www.viajeselcorteingles.es/sostenibilidad](http://www.viajeselcorteingles.es/sostenibilidad).

En esta landing se pone en valor a los alojamientos, excursiones y viajes combinados que apuesten por unas experiencias distintas

a las habituales y con una clara orientación a la sostenibilidad y al turismo responsable.

La estructura de esta nueva web se divide en cuatro partes:

En primer lugar, se dan a conocer los pilares sobre los que se asienta la estrategia de sostenibilidad de Grupo Viajes El Corte Inglés y sus ejes de acción.

En segundo lugar, se presentan los proyectos e iniciativas que se están llevando a cabo en el Grupo en aspectos relacionados con el turismo para el desarrollo sostenible.

Por otro lado, los clientes podrán consultar la selección de experiencias, alojamientos y paquetes sostenibles, así como efectuar la reserva.

Por último, en el apartado Avance sostenible se hace difusión, entre otros contenidos, del decálogo del viajero responsable, dirigido a los clientes y que incluye una serie de recomendaciones encaminadas a minimizar el impacto de sus experiencias de viaje.

Se trata de una acción enmarcada dentro del compromiso con la sostenibilidad que lleva a Grupo Viajes El Corte Inglés a fomentar acciones que apuestan por un turismo responsable. Con este espacio se pretende contribuir a la puesta en valor de productos turísticos que integren la sostenibilidad, adoptando un papel activo en la defensa de aspectos medioambientales, de accesibilidad universal, gobernanza y, en definitiva, ayudar a la transición hacia un sector turístico más justo, ético y responsable.

VIAJES El Corte Inglés

Agencias y cita previa Centro de ayuda Identificarse 91 33 00 732

CARIBE VUELO+HOTEL ISLAS CRUCEROS OFERTAS DISNEY PORTAVENTURA HOTELES VUELOS JÓVENES +60

Protegiendo y conservando nuestro patrimonio

TURISMO PARA UN DESARROLLO SOSTENIBLE

# Grupo Viajes El Corte Inglés y su III Plan de Igualdad

El objetivo principal de este Plan es garantizar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y evitar cualquier tipo de discriminación laboral. El nuevo acuerdo da un paso más al compromiso adquirido desde su primer plan, y se configura como un acto de aportación en el avance de nuestra sociedad y del sector hacia la efectiva igualdad de trato.

## Los principales ejes de actuación son:

- Garantizar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en el acceso y selección.
- Ofrecer mayores oportunidades al personal interno para la promoción y el desarrollo de una carrera profesional dentro de la empresa, como mejor vía para la retención del talento.
- La mejora de las políticas de conciliación entre la vida personal, familiar y laboral y seguir fomentando la corresponsabilidad para el libre y pleno desarrollo profesional de mujeres y hombres en igualdad de condiciones.
- Velar por la transparencia salarial y respetar y garantizar la efectividad del principio de igual retribución por trabajos, no solo iguales, sino de igual valor.
- Garantizar un entorno de trabajo libre de todo tipo de acoso sexual y/o por razón de sexo, trabajando en la prevención como mejor medida de tratamiento de los posibles casos que pudiera haber.
- Reforzar el compromiso de la empresa con las mujeres víctimas de violencia de género.
- Entre las principales medidas novedosas destacan las relacionadas con las víctimas de violencia de género que incluyen mejoras que no contempla la actual legislación. Entre estas destacan:
  - La empresa concederá una ayuda en pago único por importe de 300€, por hijo menor de 16 años o que siendo mayor de dicha edad tenga una discapacidad superior al 33%
  - Establecer un permiso retribuido de cuatro días al año en el caso de mujeres víctimas de violencia de género cuando por este motivo necesiten cambiar su domicilio o tengan hijos menores de edad a su cargo o hijos con una discapacidad superior del 33% en primer grado de consanguinidad.
  - Garantizar el traslado del centro de trabajo a petición de la víctima de violencia de género en un plazo máximo de 48 horas.

### Otras medidas novedosas en materia de conciliación son:

- Prioridad a la movilidad geográfica cuando el motivo sea atender situaciones parentales relacionadas con el régimen de visita.
- Permiso retribuido por el tiempo indispensable para asistir a consulta médica de hijos menores hasta el cumplimiento de los 15 años.
- Permiso retribuido para las parejas de personas el día que se sometan a la técnica de reproducción asistida.
- Acompañamiento a cursos de preparación al parto con un máximo de 10 horas y mediante justificación.
- Medidas pioneras en materia de acceso, selección, contratación, promoción y formación:
  - Acceso de mujeres a las vacantes de puestos en los que estén infrarrepresentadas en condiciones equivalentes de competencia e idoneidad.
  - Reforzar la posición y el desarrollo profesional de las mujeres.
  - Contar con un nuevo sistema de evaluación del desempeño.
  - Priorizar la promoción interna en caso de vacante. En este sentido, solo se acudirá a contratación externa en el caso de que no haya sido posible encontrar a candidatos con las competencias específicas del puesto.

### Medias de sensibilización y comunicación del III Plan de Igualdad:

- El Plan contempla también la creación de nuevas herramientas tecnológicas que permitan comunicarse con los servicios sanitarios, así como campañas sanitarias de recomendaciones saludables teniendo en cuenta la perspectiva de género.
- Asimismo, incluye mejoras en materia de comunicación y sensibilización para crear contenidos más visuales, inclusivos y atractivos de todos los aspectos del plan, incluidos los actuales protocolos de acoso.



***El funcionamiento de la actividad turística depende de la calidad y el estado del paisaje, teniendo implícita la necesidad de un modelo de desarrollo en equilibrio con su entorno”.***



En julio de 2023 Grupo Viajes El Corte Inglés, en línea su III Plan de Igualdad (2022/2026) y la estrategia de Sostenibilidad lanzo su Guía de lenguaje inclusivo y no sexista que pretende compartir algunas recomendaciones y herramientas sencillas para fomentar el uso de una comunicación incluyente.

Se pretende apostar por un lenguaje inclusivo en la elaboración de todos nuestros documentos internos y materiales, canales de difusión internos y externos, así como en las reuniones con nuestros grupos de interés.







# Impulsa Igualdad y Grupo Viajes El Corte Inglés, juntos por un turismo accesible e inclusivo

Impulsa Igualdad (antigua Predif) y Grupo Viajes El Corte Inglés renuevan su compromiso conjunto por fomentar un turismo para todos, buscando reducir al máximo las barreras existentes en el mundo de los viajes.

Para el desarrollo de un viaje inclusivo es necesario tener en cuenta todos y cada uno de los eslabones de la cadena de valor del turismo. Por eso, en Fitur 2023, Impulsa Igualdad presentó con la participación de Grupo Viajes El Corte Inglés el manual de diseño de viajes accesibles. Una guía profesional dirigida a las empresas turísticas como agencias de viaje, turoperadores, DMC, OTA y que cualquier empresa del sector podrá consultar claves a tener en cuenta para garantizar un viaje inclusivo para todas las personas.

El manual aspira a ser una herramienta de utilidad para poder elaborar programas 100% accesibles y poder ponerlos en valor en la landing de sostenibilidad.



Entre las vías de cooperación con Impulsa Igualdad, se encuentra además, el asesoramiento por parte de dicha entidad en el diseño de cursos de formación enfocados al mundo del turismo accesible. En el turismo accesible tienen la misma relevancia las características de accesibilidad que presenta el establecimiento turístico como el servicio ofrecido por el personal de atención al cliente o de ventas.

Por eso es importante que los profesionales del sector turístico reciban la formación que les permita conocer en profundidad las necesidades de las personas con discapacidad y desarrollar las destrezas y habilidades para ofrecerles la atención y el servicio adecuado.

El Turismo Accesible además de cumplir un fin social, representa una oportunidad de especialización en tu aprendizaje para acercarte a nuevos clientes. En este curso, vas a ver algunos consejos, así como buenas prácticas, para cuidar la comunicación en la atención a con personas con discapacidad.

El Departamento de Formación de Grupo Viajes El Corte Inglés lanzó en marzo de 2023 el curso on line Turismo Accesible con el asesoramiento de Impulsa Igualdad.

Durante el año 2023 tres de las empresas de Grupo (Viajes El Corte Inglés, Tourmundial y Club de Vacaciones) obtuvieron el sello Bequal Plus que distingue a las empresas socialmente responsables con la discapacidad.





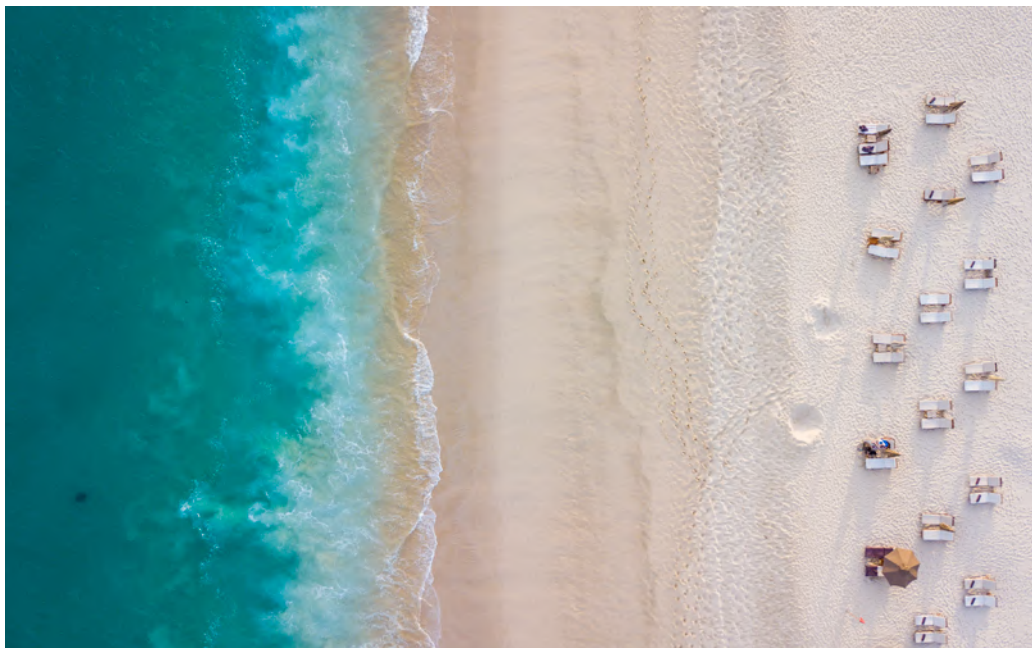
# Tourmundial, comprometido con la sostenibilidad

Tourmundial principal touroperador del Grupo, está adherida y lidera acciones del primer Plan Director de sostenibilidad del Grupo Viajes El Corte Inglés conforme a las normas y regulaciones legales de aplicación en cada momento, manteniendo un comportamiento ético en cada una de las etapas de la cadena de valor.

Una acertada selección de proveedores es el punto de inicio para un turismo para el desarrollo sostenible. Como empresa responsable, mantienen un avance constante en la verificación de las condiciones sociales y laborales de proveedores. En esta línea, sus representantes locales colaboran con sus comunidades y con el entorno natural.

Además, destaca que son socios de la Fundación para el Asesoramiento y Acción en Defensa de los Animales (FAADA), una clara apuesta por la defensa de los animales. Son muy conscientes de las problemáticas relacionadas con el uso de animales en el sector turístico.





Tourmundial incluye en presupuestos y reservas un nuevo servicio de guía digital que incluye información del viaje en concreto ofrecido, fechas y características del mismo. Además información actualizada de cada ciudad principal del itinerario (restaurantes, actividades, museos, puntos de Interés,..), acceso a mapa digital con puntos de interés. Todo ello actualizado en tiempo real.

Además de tener en un solo lugar toda la información relacionada con el viaje y un pequeño itinerario, los clientes pueden organizar todas sus visitas y señalarlas en el mapa.

A todo ello se puede acceder desde el código QR o la url incluidos en la confirmación de reserva o el presupuesto.

Además, para una mejor utilización de los recursos, se han elaborado carteles descargables en PDF que llevan un código QR incorporado con el enlace directo al folleto completo, para que aquellos que lo deseen, lo puedan escanear. De esta manera tienen la información todo el rato en su poder y se ahorra en papel.

Además las agencias de viajes reciben en documentos digitalizados toda la documentación para el cliente con la idea de que se le envía al cliente por medios electrónicos y evitar la impresión del papel.



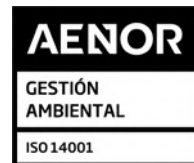
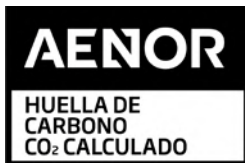


# El valor de las certificaciones y sellos para el turismo

Las certificaciones y sellos para el turismo intervienen tanto en el aspecto de ética empresarial y filosofía de negocio, como en la planificación, en la gestión y en el marketing.

Las certificaciones y marcas de sostenibilidad que existen en el mercado turístico desempeñan un papel genérico de información y orientación hacia los clientes, a la hora de elegir empresa o destino para sus vacaciones, o ambos, en función de criterios de sostenibilidad.

Viajes El Corte Inglés cuenta con las certificaciones: Iso 9001 Iso 14001 y Co2 calculado.



Este papel de orientación también se da desde los proveedores y operadores receptivos hacia aquellos que los contratan.

La pertenencia a un sello o certificación no implica de forma directa e inmediata mejoras en el número o en la tipología de los clientes.

Sí genera en cambio, beneficios directos de diferenciación, beneficios de imagen y posicionamiento en el mercado, los cuales pueden ser complementados por medio de la comunicación a los clientes de sellos, evidencias y testimonios de sostenibilidad. Estos completan y enriquecen la visión del cliente hacia el destino o empresa que se presenta al mercado como sostenible.

En ambos casos, tanto de destinos como de empresas, **los sellos y certificaciones de sostenibilidad implican la formación, sensibilización y formación de los empleados y, en la medida de lo posible, de los proveedores y colaboradores.**

Esta formación y sensibilización sirven tanto para gestionar la empresa de forma sostenible internamente, como para que transmitan a su vez estos valores a sus proveedores, colaboradores y clientes.

Existen segmentos de la demanda turística en los países emisores que, según los estudios realizados, sí cuentan con estos criterios a la hora de elegir sus vacaciones, e incluso están dispuestos a pagar precios más altos por los productos que les garantizan su sostenibilidad.

Por ello, podemos hablar de un valor de mercado de estos sellos y sistemas que pueden determinar la elección de uno u otro operador o destino por parte del cliente en función de criterios de sostenibilidad, que se añaden a otros como la calidad o el precio.

Se ha generado la existencia de una gran diversidad de sellos, sistemas y certificaciones de turismo sostenible y responsable de muy diverso alcance geográfico y profundidad, desde lo local a lo internacional.

Mostrar de forma visible el compromiso con la sostenibilidad es así un requisito para tener una presencia exitosa en determinados mercados y segmentos más informados y sensibles.

Tourop operadores emisores o receptivos implicados en un sistema de sostenibilidad buscan para sus programaciones, por coherencia hacia sus clientes, establecimientos y proveedores que también estén implicados o certificados, preferentemente dentro del mismo sistema.

Este es el caso de Travelife, que tiene sistemas diferenciados tanto para tourop operadores y agencias de viajes, como para hoteles y otros alojamientos.

Es habitual encontrar operadores certificados por Travelife que contienen en sus catálogos una cantidad notable de alojamientos, a su vez certificados o reconocidos por este mismo sistema.





**Los sistemas de gestión de sostenibilidad para las empresas tienen tres funciones principales:**

- Reafirmar compromiso con la sostenibilidad, dentro de su filosofía de negocio.
- Servirles como sistema de gestión y listado de referencia de todos los parámetros de sostenibilidad que deben de tener en cuenta en su relación con los clientes, con los proveedores, y con los destinos.
- Acceso a una red de intercambio de conocimientos y experiencias que puede resultar muy útil en la práctica diaria.
- Herramienta de imagen e identidad sostenibles en la comunicación y en acciones de marketing.

**Los sistemas de gestión de sostenibilidad de destinos,** cuentan con indicadores que abarcan todos los aspectos ambientales, paisajísticos, sociales, culturales y socio-económicos del destino.

Su función es doble:

- Servir al destino como sistema de apoyo a la planificación y gestión, para tener en cuenta todos los aspectos que implican a la sostenibilidad.
- Tener la distinción que aporta el sistema les sirve como elemento diferencial de comunicación en su estrategia de marketing.

Son muchos los destinos y las empresas que han asumido certificados de sostenibilidad. A continuación, mostramos cerca de 20 certificaciones y sellos con un cumplimiento verificado por un organismo independiente.

“

**La normalización de estándares implica una gestión eficaz de recursos y políticas en toda la cadena de valor”.**





# Cuadro resumen de certificaciones para el turismo sostenible

Certificación	Área Productiva	Utilidad y características principales
Biosphere	Empresas turísticas en general y destinos	Es un sistema que indica el <b>nivel real</b> de la <b>sostenibilidad</b> de cualquier empresa, <b>involucra a sus empleados y conecta con sus clientes</b> . Utilizando una <b>plataforma digital</b> muy accesible e intuitiva, se <b>reconoce</b> el compromiso y vincula la gestión de la empresa con la <b>Agenda 2030</b> de <b>Naciones Unidas</b> y sus 169 metas.
GSTC (Global Sustainable Tourism Council)	Empresas y destinos turísticos en general.	El GSTC es una red que aglutina a gran parte de los sellos y sistemas de sostenibilidad turística más cualificados e implantados en todo el mundo. Es un sistema de mutuo enriquecimiento, actualización y garantía de calidad de los principales sellos y sistemas de certificación en turismo sostenible, que están adheridos a GSTC.
LEED Green Associate	General para la edificación.	Es una plataforma internacional que certifica la edificación sostenible en sus diversos parámetros: procedencia de los materiales de construcción, eficiencia energética, eficiencia en el uso del agua, aislamiento térmico, etc. No existe una plataforma similar específica para la edificación de hoteles y alojamientos.

Certificación	Área Productiva	Utilidad y características principales
Plataforma edificación	General para la edificación.	<p>Es una plataforma internacional que promueve y certifica edificaciones neutras en el uso de la energía, además del resto de los parámetros de sostenibilidad en la construcción: procedencia de los materiales, eficiencia en el uso del agua, aislamiento térmico, etc.</p> <p>No existe una plataforma similar específica para la edificación de hoteles y alojamientos.</p>
Travel Life	<p>Empresas turísticas en general.</p> <p>Existe en dos versiones: para hoteles y otros alojamientos, para agencias de viajes y tour operadores.</p> <p>Certifica también iniciativas de turismo comunitario.</p>	<p>Es un sistema de sostenibilidad que audita y certifica con más de cien parámetros la sostenibilidad, social, ambiental y económica de las empresas turísticas.</p> <p>Tiene un nivel intermedio previo a la certificación, el "Partnership Level", que es el más adecuado para empresas pequeñas y que están en el camino hacia la sostenibilidad.</p> <p>Está extendido por todo el mundo aunque su mayor implantación está en Europa, ya que ha sido creado por una entidad del Reino Unido (ABTAAsociación Británica de Agencias de Viajes) y otra de Holanda (ECEATCentro Europeo de Ecoagroturismo).</p>
Tour Cert	Empresas turísticas en general e iniciativas de turismo comunitario.	<p>Es una entidad de certificación que audita y certifica la sostenibilidad, social, ambiental y económica de las empresas.</p> <p>Está basada en Alemania y muy implantada en ese mercado, así como en Perú y Ecuador.</p>



Certificación	Área Productiva	Utilidad y características principales
Earth Check	Empresas turísticas en general y destinos. Eventos y reuniones.	Es una entidad de certificación nacida en Australia que audita y certifica la sostenibilidad, social, ambiental y económica de las empresas.
Green Globe	Empresas turísticas en general. Operadores de transporte, Espacios de reuniones y eventos.	Es una entidad de certificación que audita y certifica la sostenibilidad, social, ambiental y económica de las empresas. Con más de 25 años de presencia en el mercado y muy reconocido internacionalmente.
Rainforest Alliance	Empresas turísticas en general. Productos agroalimentarios.	Es un sistema y certificación de la sostenibilidad -social, ambiental y económica- que está muy extendido en América Latina. Es bien reconocido y valorado por los mercados emisores de América del Norte.
Fair Trade	Empresas turísticas en general.	Es un sello de sostenibilidad nacido en Sudáfrica a principios de los 2000. Adopta los principios del comercio justo y los aplica a la actividad turística, siendo un sistema muy prestigioso y referencial en Sudáfrica y otros países de África de su entorno.
GMIC (Green Meeting Industry Council)	Eventos y espacios de eventos.	Es una entidad internacional, basada en Estados Unidos, para la promoción de la sostenibilidad en la industria de los eventos y reuniones. Realiza actividades regulares de formación y sensibilización sobre eventos sostenibles, tanto presenciales como on line.

Certificación	Área Productiva	Utilidad y características principales
Bureau Veritas	Calidad en general. Calidad en el transporte.	Es un sello y sistema de calidad que incluye, entre otros, parámetros de eficiencia y sostenibilidad. Es utilizado por empresas de autobuses y transporte por carretera.
Green destinations	Destinos de interior y de costa.	Es un sistema de sostenibilidad integral para destinos, con más de cien parámetros de sostenibilidad social, ambiental y económica. Tiene algunos destinos certificados en España (Noja, Baiona, Torroella de Montgrí-L'Estari, Berguedà, Parque Nacional de las Islas Atlánticas). Nacido y basado en Holanda
EARTH Alianza Europea para el Turismo y la Hospitalidad Responsables	Aspectos sociales del turismo en general.	Promueve el turismo como un derecho universal para todas las personas y clases sociales. Atiende en especial: turismo senior, población inmigrante, accesibilidad y movilidad reducida, colectivos sociales desfavorecidos en general.







## Otro sellos importantes para el turismo sostenible

Certificación	Área Productiva	Utilidad y características principales
COPADE (Comercio para el desarrollo)	General.	Organización de comercio justo, que garantiza que los productos comercializados proceden de productores que perciben salarios dignos y trabajan dentro del marco de la legalidad y de la sostenibilidad en cada uno de los países de origen. Comercializan también productos de consumo local, proximidad o kilómetro cero. Pertenecen a IFTO-Organización Internacional de Comercio Justo, que establece los parámetros internacionales del comercio justo.
Slow food	Productos agroalimentarios y gastronomía.	Es un sello que promueve la autenticidad de la gastronomía con base local: tanto el producto como las recetas son del territorio y buscan principalmente la recuperación de las variedades locales y la cocina tradicional, aportando los elementos de la sostenibilidad a la restauración y gastronomía. Va asociado al llamado "slow tourism" o "slow travel", que es otra forma de denominar al turismo responsable.
Fair Hoteles		Es una iniciativa de algunos hoteles y sindicatos para promover condiciones más equitativas del trabajo en la hotelería: salarios, condiciones laborales; sobre todo en los puestos de trabajo de menor cualificación.

<p>Futouris</p>	<p>Hoteles y tour operadores.</p>	<p>Es una iniciativa/ plataforma por la sostenibilidad de un grupo de grandes tour operadores de la industria turística alemana, que trabajan con miles de hoteles en todo el mundo, propios o ajenos. Han desarrollado una iniciativa denominada “Sustainable Food” que implica acciones regulares de formación y sensibilización a los hoteles con los que trabajan en todo el mundo sobre fomento del consumo de productos locales y kilómetro cero, así como sobre la reducción del desperdicio alimentario en hoteles y restaurantes.</p>
<p>Gender Responsible</p>	<p>General.</p>	<p>Es una iniciativa que promueve la equidad de género en el marco de la industria turística internacional. Está apoyada por la OMT y promueve -sobre todo en países en desarrollo las buenas prácticas, en equidad de género, por medio de acciones de formación y sensibilización.</p>
<p>Thecode.org</p>	<p>General.</p>	<p>Es una iniciativa y sello que promueve el combate contra la explotación sexual comercial infantil en el marco del turismo, fenómeno muy extendido en determinados países en desarrollo. Está apoyada por la OMT-Organización Mundial del Turismo y por la mayor parte de las asociaciones empresariales y profesionales turísticas del mundo. Produce materiales de formación y sensibilización sobre este hecho y la forma de combatirlo, dirigidos tanto hacia el turista como hacia los actores de la industria.</p>



# El porqué de esta Guía

Viajes El Corte Inglés, como miembro del Grupo de Turismo y ODS creado por la Red Española del Pacto Mundial está impulsando acciones con el fin de contribuir a la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, y transformar la industria turística en un sector más justo, ético y sostenible.

Con la creación de esta Guía de Turismo para el Desarrollo Sostenible, las empresas del Grupo Viajes El Corte Inglés quiere hacer partícipe de esta preocupación y de la promoción del turismo para el desarrollo Sostenible a todos sus empleados, proveedores y colaboradores.

Todos ellos son importantes en la construcción del futuro sostenible que pretendemos. Así mismo, el interés de esta Guía es contribuir a la creación de productos turísticos que integren la sostenibilidad a través de la formación de los equipos de contratación y transmitir este valor añadido a los proveedores y clientes para promover un estilo de vida más sostenible.

La primera fase de este proyecto ha sido la formación del curso “Compra Responsable” impartido a todos los integrantes de las diferentes Unidades de Negocio encargadas de generar el producto que se comercializa en las diferentes empresas del Grupo Viajes El Corte Inglés, para orientar las decisiones de programación y contratación de nuevos productos turísticos sostenibles poniendo en valor los que cumplen determinados requisitos de sostenibilidad.



**Fomentar el turismo con conciencia sin perder el disfrute del viaje”.**





**Los objetivos de la Guía de Turismo para el Desarrollo Sostenible son principalmente los siguientes:**

- Alinearse con las tendencias del mercado turístico nacional e internacional y con la estrategia global del Grupo de Empresas El Corte Inglés hacia una mayor sostenibilidad en los destinos, la oferta y las operaciones turísticas.
- Facilitar la integración de estrategias y medidas que aseguren la normalización de la accesibilidad universal en las instalaciones y actividades turísticas para todo tipo de viajero con discapacidades o diversidades funcionales (físicas, psíquicas y cognitivas).
- Identificar, primar y destacar las acciones de sostenibilidad sobre los productos, sin alterar de forma drástica el patrón de consumo habitual ni la experiencia final del cliente.
- Dar visibilidad en positivo y facilitar la posibilidad de acompañar a los proveedores y destinos más proactivos en la adopción de medidas de sostenibilidad por medio de la generación de alianzas y acciones conjuntas de producción, promoción, sensibilización, y formación.
- Destacando al proveedor o destino en nuestro folleto de Turismo para el Desarrollo Sostenible.
- Realizar acciones en la campaña "Movimiento por la Sostenibilidad".
- Crear alianzas para realizar acciones ligadas a ASG y poder comunicarlas posteriormente en nuestros canales de comunicación.





- Difundir el Decálogo de Turismo Responsable como herramienta más sencilla y accesible para la sensibilización e información a proveedores y clientes finales.
- Alinearse con certificaciones, programas, sistemas y marcas de reconocido prestigio ligadas a la sostenibilidad, la ASG y la calidad integral; de las que ya formen parte tanto empresas como destinos que sean proveedores de Viajes El Corte Inglés y/o las empresas del Grupo.
- Puede tratarse de contar con una certificación, marca o sistema de sostenibilidad o, simplemente, de actividades independientes hacia la sostenibilidad, decididas por el proveedor o destino de forma individual.
- Acompañar al posicionamiento y reconocimiento de Viajes El Corte Inglés y sus empresas del Grupo en ese campo y reforzar los pasos ya dados por Viajes El Corte Inglés los siguientes:
- Grupo de Trabajo en Turismo Responsable de Red Española del Pacto Mundial.
- Decálogo del Viajero Responsable.
- Aportar valor añadido y diferenciación a las marcas del Grupo Viajes El Corte Inglés ante el mercado, ligados a la Responsabilidad Social Corporativa y la sostenibilidad.



# La economía circular, modelo de crecimiento por el que apostar para un planeta más sostenible

Hasta el momento lo que se aplicaba en nuestro mundo era la economía lineal; es decir, se extraía, producía, consumía y desechaba. Aún hoy se sigue haciendo, pero la tendencia es a que esto se vaya corrigiendo y mejorando.

Para ello se ha creado el concepto economía circular. Es una manera de utilizar mejor los recursos que tenemos y no malgastarlos, porque son finitos. Promueve un modelo de producción y consumo más sostenible porque los recursos que se usan y las materias primas están más tiempo en los ciclos productivos, por lo que se pueden aprovechar más veces. De esta manera se generan menos residuos y los que

se generan se pueden usar como materia prima para otras industrias.

Es una idea copiada de la naturaleza, donde todo tiene un valor y se aprovecha, así se logra un equilibrio entre todos los actores.

Pero este concepto no tiene como fin únicamente el cuidado del medioambiente, aunque sí es uno de los más importantes. Tiene los siguientes beneficios:





# 1

## Protección del medioambiente

- Se reducen los residuos porque se reutilizan.
- Hay un menor consumo de los recursos naturales.
- Las emisiones de CO2 también se ven reducidas.

# 2

## Fomento del empleo

- El desarrollo de estos modelos innovadores hacen que aumente la contratación.
- La economía circular mejora el crecimiento, lo que hace que se genere más empleo.

# 3

## Potenciación de la economía local

- Se fomenta la reutilización de las materias primas.
- Hay una potenciación del consumo cercano para emitir menos gases contaminantes, lo que fortalece la economía local.
- Se favorece el ahorro porque la reutilización disminuye la dependencia de la importación de materias primas.





## El turismo inclusivo como parte de la economía circular

Las grandes bases del nuevo modelo económico son el cuidado del medioambiente, el fomento del empleo, la potenciación de la economía pero también el cuidado de las personas.

Por ello, el turismo inclusivo se ha convertido en una de las partes más importantes de la aplicación de la economía circular en este sector. Y no es un colectivo que gaste poco, de hecho, según estudio de la Fundación ONCE dado a conocer en FITUR en esta última edición, refleja que gastan un 28% más.

Esto viene dado porque en la mayoría de los casos viajan con acompañante o en grupo, por lo que el gasto aumenta.

Cada vez son más los que viajan, por lo que los destinos turísticos, sobre todo los españoles porque son los que más visitan, deben adecuarse a sus necesidades. Algo que, además, atraerá a nuevos viajeros y mejorará la competitividad de los destinos.





## Accesibilidad universal

Hasta hace unos años el concepto accesibilidad solo se asociaba a la mejora de las infraestructuras, es decir las barreras arquitectónicas y urbanísticas que existen. Pero el concepto ha crecido.

Según COCEMFE, la accesibilidad universal es “aquella condición que deben cumplir los entornos, procesos, bienes, productos y servicios, así como los objetos o instrumentos, herramientas y dispositivos, para ser comprensibles, utilizables y practicables por todas las personas en condiciones de seguridad, comodidad y de la forma más autónoma y natural posible”.

Además de esto, se busca que se cumpla el principio de igualdad de oportunidades para todas las personas. Y se consigue dando una experiencia turística satisfactoria a todos.

## Turismo accesible en Grupo Viajes El Corte Inglés

Este es uno de los objetivos que tiene el Grupo Viajes El Corte Inglés en el ámbito de la sostenibilidad. Una de nuestras máximas es el ofrecer a nuestros clientes un servicio cercano y amable sea cual sea su circunstancia personal. En el caso de las personas con discapacidad, además, aumentamos la escucha activa de las necesidades de nuestros clientes porque según ellas deciden o no hacer esos viajes.

Además de adaptarnos a las necesidades que tengan, haciendo que nuestros destinos sean lo más accesibles e inclusivos que sea posible, también se ha realizado una sesión formativa

a nuestros empleados que se titula “Ponte en su lugar”. Con ella hemos querido aumentar la empatía con este colectivo y que nuestros profesionales puedan dar respuesta a las necesidades que tengan.

Desde el Grupo Viajes El Corte Inglés compartimos la definición de la accesibilidad universal que comparte COCEMFE. Para nosotros el turismo accesible es una forma de turismo que implica un proceso de colaboración entre interesados para permitir a las personas con necesidades especiales de acceso (en distintas dimensiones, entre ellas las de movilidad, visión, audición y cognición) funcionar independientemente, con igualdad y dignidad, gracias a una oferta de productos, servicio y entornos de turismo diseñados de manera universal.

Para aumentar este apoyo al turismo accesible, Grupo Viajes El Corte Inglés ha implantado servicio de atención telefónica para este colectivo de clientes.

Como parte de la cadena de valor turística, desde la agencia de viajes podemos jugar un papel importante en la atención de personas con discapacidad. Cabe recordar también que, al contrario de lo que supone mucha gente, los beneficiarios de la accesibilidad no son solo las personas con discapacidad sino cualquier persona que, durante el tiempo dedicado al turismo y al ocio, encuentra algún grado de dificultad para el acceso, uso o disfrute de estos espacios.

# Alojamientos

Alojamientos cuya Política Empresarial incluyen su compromiso con el medioambiente, la cultura, la naturaleza y el desarrollo socio-económico, es decir, compatibilizan el Desarrollo Sostenible con el Turismo.

Esas Políticas de Sostenibilidad se traduce en el cumplimiento de requisitos e implementación de buenas prácticas ambientales, sociales, culturales y económicos, así como poner los medios para su cumplimiento.





### Algunas buenas prácticas son:

- Edificio sostenible o con infraestructuras inteligentes o tipología arquitectónica integrada y amigable con el paisaje.
- Medidas de ahorro y mejora de gestión del agua, como botellas de agua reutilizables, puntos de rellenado de agua, propuestas a clientes de medidas efectivas de ahorro de agua, recolección y reutilización para otros usos.
- Fomento de movilidad sostenible y recarga de vehículos eléctricos.
- Políticas de 0 plástico.
- Mejora de ahorro y mejora de gestión de Energía, energías renovables, ahorro energético por medio de puntos led, aire acondicionado con apagado automático, iluminación con apagado automático
- Políticas de medidas de reducción y mejora de envases y embalajes.
- Ubicación no está en entorno natural playa o dominio público.
- Políticas responsables en alimentación, como reducción del desperdicio alimentario, compras de proximidad Km0, sostenibles y de temporada,
- Mitigación del cambio climático, con políticas de reducción de emisiones, medición de su huella de carbono.
- Utilización de materiales orgánicos y ecológicos.
- Accesibilidad y atención a la diversidad funcional, como políticas y medidas activas de:
  - Accesibilidad universal para sus empleados y clientes,
  - Atención a la diversidad funcional y a las capacidades diferentes de empleados y clientes.
  - Atención a la movilidad reducida de empleados y clientes.
- Atención a las familias, el establecimiento fomenta de forma particular, cualificada y diferenciada los productos, instalaciones y servicios orientados a las diversas tipologías de familias.
- Diversidad religiosa de los clientes de forma cualificada y respetuosa, facilitándoles la práctica de su religión en la medida de lo posible y sensibilización y forma a los empleados, colaboradores y proveedores sobre la atención a la diversidad religiosa de sus clientes.

# Transporte

El transporte tiene un peso muy considerable en el marco del desarrollo sostenible por las presiones ambientales, los efectos sociales y económicos.

El crecimiento continuo que lleva experimentando este sector a lo largo de los últimos años y su previsible aumento hacen que el reto de conseguir un transporte sostenible sea una prioridad estratégica a escala local, nacional, europea y mundial.

Cada vez más aerolíneas están poniendo el tema de Sostenibilidad Corporativa como una prioridad en su agenda. Las compañías fabricantes de aviones mueven ficha para que sus productos sean lo más respetuosos posibles con el medio ambiente a través de desarrollo e innovación.

Sus líneas de actuación están encaminadas a hacer aviones más eficientes, con menores consumos, menos ruidosos, capaces de utilizar combustibles menos contaminantes y hechos con novedosos materiales.

La reducción de peso también es una de los objetivos principales de las líneas aéreas.

Otras maneras de reducir peso es a través de la utilización de carros de servicio y vajillas de menor peso, pinturas de menos gramaje en el fuselaje del avión, eliminar los pesados manuales en la cabina de los pilotos cambiándolos por tabletas electrónicas, etc.





Sistema que no impedirá que crezcan las emisiones pero obligará a las compañías a hacer compensaciones cuando excedan el tope de emisiones establecido.

Además las compañías aéreas pueden ofrecer la posibilidad de ofrecer a los clientes la medición y compensación de la huella de carbono.

La renovación de los equipos de tierra también aporta en la sostenibilidad de las aerolíneas. Diversas empresas están cambiando sus escaleras portátiles, elevadores y tractores por nuevos vehículos propulsados por energía eléctrica.

Por su parte, los mecanismos de bonos de carbono no son ajenos a la industria del transporte aéreo, desde de 2020 las compañías aéreas deberán someterse a un sistema de mercado de emisiones de CO<sub>2</sub> acordado por la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI) para vuelos internacionales.



## SAF, el combustible orientado a reducir el impacto en el medioambiente

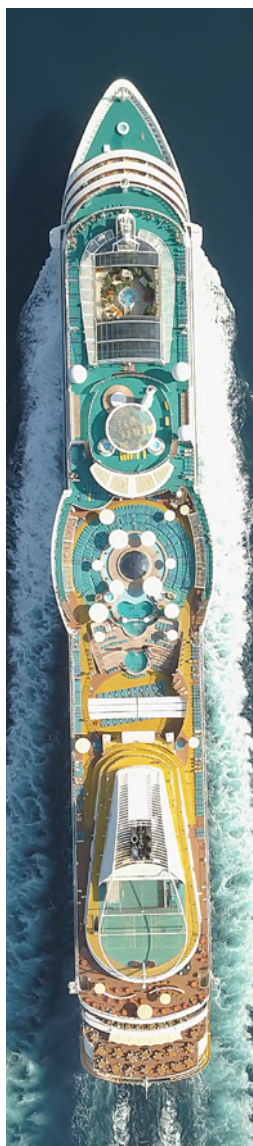
El transporte es uno de los sectores que se están viendo más presionados por el impacto medioambiental que tienen sus emisiones, sobre todo el de las aerolíneas por la contaminación que generan los carburantes de los aviones.

Por eso, cada vez más, escucharemos oír hablar de los SAF (Sustainable Aviation Fuel), o lo que es lo mismo, los combustibles que se emplean en los aviones a reacción que están orientados a reducir el impacto en el medioambiente. Para que sean considerados de esta manera tienen que reducir sus emisiones de gases, de efecto invernadero, entre un 50 y un 60%, además de que sea producido con materias primas renovables, como por ejemplo el aceite de cocina usado.

Este tipo de combustibles ya son una realidad, y parecen una buena solución para la reducción de la emisión de gases, pero lo cierto es que se trata de un combustible mucho más caro que el actual. Además, su producción, en estos momentos, no es suficiente para toda la demanda que hay, aunque se espera que se amplíe en el futuro. Esto haría que, a parte de tener SAF para todo lo demandado, se reducirían los costes.

Otra de las ventajas es que al ser un combustible de consumo inmediato no requiere grandes cambios en la infraestructura y las aeronaves actuales, lo que permite su uso como solución provisional mientras se desarrollan, prueban y despliegan otras soluciones, como los trenes motrices eléctricos y de hidrógeno limpio.





## Cruceros

En los Cruceros ya se han tomado medidas como la entrada en vigor la hoja de ruta de la Organización Marítima Internacional (OMI) para la reducción de las emisiones, el hecho de que en 2020 los cruceros que se construyan lleven un sistema de navegación con propulsión de Gas Natural Licuado, un combustible limpio o que la mayoría de los grandes navíos actuales ya han instalado o tienen planes para instalar depuradoras de gases.

- Desarrollo de tecnología avanzada para la reducción de emisiones de óxido de azufre y partículas.
- Apoyo a la economía circular con donación de excedentes a personas en riesgo de exclusión social.
- Reducción del consumo de agua a bordo.
- Reciclado y desembarque de plástico a bordo, así como uso de materiales sostenibles para sustitución de plásticos.
- Disminución de los desperdicios alimentario. Incorporación de destinos menos masificados para repartir el flujo de personas e impulsar economías locales.
- Eficiencia en la energía con diseño avanzado de nuevos barcos que mitiga el consumo energético.
- Reducción del consumo a bordo con softwares de planificación, electricidad LED y sistemas de ventilación inteligentes.
- Conservación y uso responsable del agua con tecnología avanzada de reciclaje y campañas de concienciación.
- Tratamiento de aguas residuales para su purificación y filtración y gestión y reciclaje de residuos.
- Protección de la vida marina y tratamiento de sustancias contaminantes para no verterlas al mar.
- Eliminación de plásticos de un solo uso y sustitución por productos sostenibles y biodegradables.
- Construcción de nuevos barcos que funcionarán con gas natural licuado.



**Las certificaciones reconocen el esfuerzo y el compromiso con la calidad y la mejora continua, a la vez que distingue al servicio turístico frente a la competencia”.**



## Destinos

Las certificaciones de sostenibilidad para los destinos tienen el fin de ayudarles a realizar una gestión más sostenible de todos los aspectos que afectan a la actividad turística, así como a diferenciarse en el mercado.

Otras certificaciones abarcan espacios específicos de los destinos, como es el caso de las Banderas Azules, que miden la calidad y limpieza de las aguas y de las playas en su conjunto, tanto desde el punto de vista paisajístico como ambiental.

Entre las certificaciones para destinos que son comunes a España y al contexto internacional podemos citar Green Destinations-Quality Coast, que abarca destinos tanto de costa como de interior.

Otra certificación para destinos muy extendida y prestigiosa en el ámbito mundial es Earthcheck.

Tanto Green Destinations-Quality Coast como Earthcheck están certificadas por el GSTC-Global Sustainable Tourism Council, un organismo independiente que supervisa el rigor de las principales certificaciones de sostenibilidad turística de todo el mundo.

Los destinos también han asumido su papel en la planificación, gestión y comunicación de la sostenibilidad. Insertan para ello medidas de sostenibilidad en la planificación de sus servicios e infraestructuras:

- Playas limpias, playas sin humo.
- Movilidad sostenible.
- Gestión responsable de sus parques nacionales y o naturales.
- Recogida y gestión de residuos.
- Medidas para minimizar el uso del transporte privado como los aparcamientos disuasorios y las lanzaderas en transporte público a los principales puntos de interés del destino, entre otras muchas medidas.

Existen otras certificaciones para destinos ligadas a la calidad en su concepto más amplio, como es el caso de la Q de Calidad promovida por el ICTE-Instituto para la Calidad Turística Española, que también integra algunos parámetros de sostenibilidad.

# Los DMC's y el Turismo para el desarrollo sostenible

Dentro de la cadena de valor turística, los receptivos, DMC, juegan un papel fundamental en la experiencia de viaje y pueden influir decisivamente en la percepción de los clientes en relación con la sostenibilidad. Representan la ayuda y apoyo en destino de los clientes y proyectan una imagen del conjunto del viaje. De igual manera, el negocio receptivo contribuye a la transformación de los destinos

a nivel medioambiental y social mediante el uso de diferentes tecnologías de gestión, evaluación y medición. También resulta de extrema importancia que la cultura del turoperador y el receptivo compartan criterios y valores que vayan orientados hacia un viaje responsable para que el cliente lo perciba en primera persona. Estas son algunas propuestas de buenas prácticas que los DMC pueden poner en práctica:





**Movilidad:** Uso de traslados respetuosos con el medio ambiente, con vehículos eléctricos y/o híbridos o combustibles alternativos a los fósiles. Transporte accesible para personas con movilidad reducida.

**Experiencias y excursiones:** Priorización del uso de medios de transporte alternativos como las bicicletas, segways o a pie. Pensar en actividades accesibles para personas con movilidad reducida

**Formación del personal:** la capacitación de los equipos, guías, conductores, etc... en materia de sostenibilidad es vital. Esta manera de entender el negocio debe ser asumida por todos con el fin de que el cliente también lo perciba en su estancia.

**Compromiso con el destino:** colaboración estrecha con las autoridades locales en materia turística para aportar y facilitar soluciones cada vez mas encaminadas a diseño de infraestructuras sostenibles y accesibles.

**Compras y gastronomía locales:** a la hora de orientar al cliente en la compra de bienes (souvenirs, recuerdos, etc..) en destino, lo óptimo en materia de sostenibilidad es priorizar en proveedores locales y de comercio justo. Asimismo, en materia de gastronomía, selección de aquellos establecimientos que trabajen productos de la tierra, km 0, luchen contra el desperdicio alimentario, etc...

**Derechos Humanos:** contar con una política clara contra la explotación de cualquier tipo, en particular de menores y otros grupos vulnerables.

**Bienestar animal:** en determinadas visitas, el alojamiento, cuidado y manejo de todos los animales salvajes y domésticos deben cumplir con los más altos estándares de bienestar animal.

**Fomentos de la cultura y patrimonio local:** dado su estrecha relación con el cliente, los receptivos pueden incorporar en sus visitas elementos auténticos de cultura local tradicional, arquitectónica, tradiciones, etc.... siempre con un criterio de minimización del impacto, aumento de los beneficios locales y satisfacción de los visitantes.

**Preservación del entorno:** mediante la información adecuada al viajero en materia de biodiversidad especialmente en entornos protegidos.





## Eventos

El evento sostenible es aquel que tiene en cuenta los impactos negativos en el entorno en el que se desarrolla, y trata de minimizarlos al máximo para producir el menor impacto ambiental posible en su entorno, el evento sostenible debe ser capaz de dejar un legado positivo en la comunidad que lo alberga desde el punto de vista social y económico.

La gran cantidad de proveedores con los que trabaja el área MICE de Grupo Viajes El Corte Inglés y en especial su diversidad, hacen muy difícil la sugerencia de medidas de aplicación universal a todos los proveedores.

Sí se pueden ampliar progresivamente las medidas de sostenibilidad a incluir en los eventos de todo tipo, recopilando de los proveedores las

medidas de sostenibilidad ambiental o social que llevan actualmente a cabo.

La tendencia hacia los eventos sostenibles se materializa en que cada vez más clientes solicitan que su evento tenga algunas medidas o condiciones de sostenibilidad. Esta tendencia se extiende de forma más visible por el mundo corporativo, sobre todo desde las grandes empresas, las cuales a veces a su vez pertenecen a alguna red por la sostenibilidad como es el caso del Pacto Mundial al que ya hemos hecho referencia.





### Los principales beneficios de un evento sostenible son:

- Colaboración en el fortalecimiento de la economía local.
- Reducción de la huella de carbono del evento.
- Reducción de costes, como consecuencia de la reducción en el consumo de recursos (agua, energía, etc.) y de la optimización de los procesos para hacerlos más eficientes.
- Mejora del control sobre la cadena de suministro, como consecuencia de las acciones llevadas a cabo por proveedores y contratistas.
- Demostración ante terceros del compromiso público y ético con la sociedad, el medio ambiente y la sostenibilidad.
- Aumento de la competitividad y acceso a nuevos mercados cada vez más exigentes y especializados que buscan un valor añadido, como pueden ser los relacionados con el respeto ambiental, sensibilidades religiosas o valores éticos.
- Mejora de la reputación y coherencia con la política ASG tanto para las organizaciones que promueven como para las que gestionan y organizan el evento.

## 1

La división de Arquitectura Efímera de Grupo Viajes El Corte Inglés obtuvo el premio al Stand Sostenible de FITUR 2020 con su propuesta para la Comunidad Autónoma de Andalucía.

### Objetivo:



Utilizamos energías renovables y poco contaminantes.



Producimos nuestro stand respetando el medioambiente.

## 2

Viajamos hasta Guatemala donde llevamos a cabo una acción de Reforestación de un espacio natural, contribuyendo a proteger el entorno natural reforestando la tierra que ayudará a proliferar las nuevas especies autóctonas.

Gracias al esfuerzo colectivo y a la cooperación común incrementamos la motivación del equipo que creo fuertes lazos y una notable percepción de autorrealización.

Una acción que además de ayudar a repoblar una zona dañada fortaleció los vínculos entre ellos y la comunidad autóctona local.

Es importante establecer acuerdos con administraciones públicas, instituciones y organizaciones no lucrativas que nos permitan, no sólo organizar experiencias sostenibles de este tipo, sino llevar a cabo un seguimiento posterior de todo ello.

### Objetivo:



La reforestación ayuda a filtrar el agua.



Recuperar los bosques supone una mejora en la calidad de vida.



Contribuimos a preservar la diversidad biológica.

## 3

Creamos un evento de lo más peculiar, un reto acústico compensatorio en valor económico.

Con un flashmob de la conocida HakaNeozelandesa, bailaron y gritaron al unísono con el famoso grito de guerra Maorí para crear decibelios, cuantos más mejor. Con un medidor acústico conocimos la impronta acústica provocada y esta medida fue reconvertida en dinero donado a una acción social.

### Objetivo:



El hogar de acogida pretende mejorar la calidad de vida de las personas que visitan diariamente las instalaciones.



Aportar material escolar para que los niños y niñas del hogar tenga una educación.



# Estrategia de Turismo sostenible de España

La Agenda 2030 rige muchas de las estrategias que se ha marcado el Gobierno para los sectores económicos del país. El Turismo también es uno de los sectores a los que se les ha marcado una estrategia sostenible para poder cumplir con los ODS de la Agenda 2030. Se pretende que haya una sostenibilidad no solo medioambiental, también socioeconómica, territorial y laboral, donde la inclusión real sea un hecho.

El Turismo es uno de los pilares de la economía española y por ello se quiere ir hacia un

crecimiento sostenido y sostenible que permita al país mantener su liderazgo en este sector. 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.

El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo ha propuesto un modelo de crecimiento turístico para los próximos años que se basa en lo siguiente:

**1**

## Crecimiento socioeconómico

Para ello hay que trabajar competitividad y rentabilidad del sector, y apostar por la calidad y la transformación digital.

**2**

## Preservar el patrimonio cultural y natural del país

Para ellos habrá que reforzar los valores que representa este bien común y preservarlo a la vez que se promociona.

**3**

## Beneficio social

Para conseguir un reparto de los beneficios del sector, y afrontar retos como la despoblación del medio rural en España.

**4**

## Cogobernanza entre el Estado y el resto de administraciones

Esta deberá ser participativa, colaborativa y debe ir encaminada al bien común.

**5**

## Consolidar el liderazgo de España en el mercado turístico

Todo el trabajo realizado será para lograr que el turismo crezca de manera sostenible y en beneficio de todos.

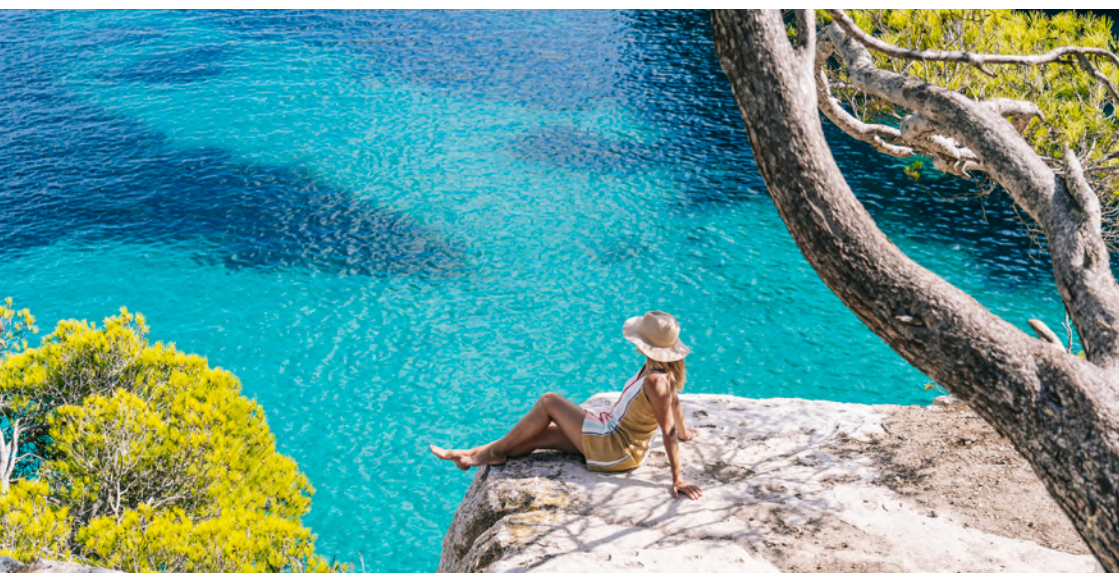
Tras la crisis generada por la pandemia de la Covid-19, el sector turístico se quedó muy resentido por las restricciones que hubo. Por ello, desde el Gobierno español se ha impulsado un plan de modernización que, además de impulsar este sector económico, se ajuste a los Objetivos de Desarrollo Sostenible indicados en la Agenda 2030.

El plan aborda la modernización del sector turístico español de manera estratégica y con distintos ámbitos de actuación:

- Transformar el modelo actual hacia la sostenibilidad medioambiental, socioeconómica y territorial. Se busca beneficiar a los destinos turísticos, agentes sociales y operadores privados del sector, a través de la Estrategia de Turismo Sostenible España 2030, Planes de Sostenibilidad Turística en Destino, Planes de Sostenibilidad Social, y otras medidas que incluyen actuaciones para la ordenación y coordinación del mercado de viviendas de uso turístico.

- Una aceleración de la transformación digital en este sector, tanto en los destinos como en las empresas turísticas.
- La puesta en marcha de planes de resiliencia específicos en territorios extrape-ninsulares.
- Impulsar la competitividad entre los distintos actores, desarrollando planes de eficiencia energética, nuevos productos turísticos y potenciando la economía circular en el sector.
- Mejorar las zonas comerciales de gran afluencia de turismo e invertir en mantenimiento y rehabilitación del patrimonio histórico de uso turístico.

Para todo ello hay una inversión estimada de 3.400 millones de euros.





# Medición Huella de carbono

Uno de los aspectos más importantes para reducir el impacto de los gases con efecto invernadero en el medioambiente, es la medición de la huella de carbono.

Pero, ¿qué es la huella de carbono?

Es la manera de medir el volumen total de estos gases, los de efecto invernadero, que producen tanto las actividades económicas como las cotidianas de los seres humanos. Se expresa en toneladas de CO<sub>2</sub> emitidas. Este indicador ambiental mide las emisiones directas y las indirectas de compuestos como el metano (CH<sub>4</sub>), el óxido de nitrógeno (N<sub>2</sub>O), los hidrofluorocarbonos (HFCs), los perfluorocarbonos (PFCs), el hexafluoruro de azufre (SF<sub>6</sub>) y el dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>).

Tener este dato es importante para poder tomar medidas para reducirlo al máximo y saber por dónde empezar. El cálculo de la huella de carbono consiste en aplicar la siguiente fórmula:

## Huella de carbono

=

### Dato Actividad x Factor Emisión

#### El dato de actividad

Es el parámetro que define el grado o nivel de la actividad generadora de las emisiones de GEI (gases efecto invernadero). Por ejemplo, cantidad de gas natural utilizado en la calefacción (kWh de gas natural).

#### El factor de emisión

Supone la cantidad de GEI emitidos por cada unidad del parámetro "dato de actividad". Estos factores varían en función de la actividad que se trate. Por ejemplo, en relación a la actividad descrita anteriormente (consumo de gas natural para la calefacción), el factor de emisión para 2017 sería 0,202 kg CO<sub>2</sub> eq/kWh de gas natural.





Esta es la explicación de cómo se calcula, pero en Internet podrás obtener calculadoras que te dan los datos más claros y rápidos.

En Grupo Viajes El Corte Inglés hemos instaurado la medición de huella a nuestros clientes para incrementar la conciencia medioambiental en el mercado de los viajes y en los usuarios de ellos. Además, es una manera de adelantarnos a futuros desarrollos regulatorios y así reducir los riesgos que conlleve adaptarnos a ellos.

El Grupo Viajes El Corte Inglés quiere liderar el compromiso con los viajes sostenibles para acercarnos cada día más a los ODS que las Naciones Unidas fijaron para 2030.

El 55% de los consumidores online en 60 países han declarado su intención de pagar algo más por sus productos y servicios adquiridos en empresas que están comprometidas con un impacto social y medioambiental positivo. Es por esta razón, además, que desde el Grupo se ha comenzado a hacer la medición de huella de carbono y así saber dónde ser más eficientes, mientras mantenemos informados a nuestros clientes.

Esto se hará implantando en nuestro proceso de reserva una Interfaz de programación de aplicaciones (API) flexible y adaptable que lleve a cabo los cálculos de medición de la huella de carbono en los distintos servicios que solicite nuestro cliente ofreciendo adicionalmente opciones de compensación.



## Transición a Net-zero

Con esto nos referimos a recortar las emisiones de gases de efecto invernadero hasta dejarlas lo más cerca posible de emisiones nulas. Llegar a las emisiones nulas es uno de los mayores retos que tenemos hoy en día como sociedad, y en estos momentos no estamos cerca de lograrlo.

Hay que transformar el modo de producir, consumir y trasladarnos. Pero también el de producir energía porque este sector produce cerca de tres cuartos de las emisiones de gases de efecto invernadero en la actualidad y encierra la clave para evitar los peores efectos del cambio climático. La transición pasa por usar fuentes de energía renovables, como la energía eólica o la solar, en lugar del carbón, el petróleo o el gas.

La transición hacia Net-zero es un proceso lento y no es nada uniforme. De hecho, con la crisis económica y energética reinante en Europa, se ha ralentizado más que nunca. El cambio hacia una energía menos contaminante es beneficioso para todos, pero también es cierto que requiere cambios en el mercado laboral e industrial que en estos momentos es complicado acometer.

Para que exista una correcta transición, y que sea justa y equitativa, hay que intentar que los costes, tanto a nivel laboral como económicos, sean lo más justos posibles. Para ello hay que realizar inversiones en todos los sectores, desde cualificar a los distintos trabajadores, hasta en instalaciones.

Pero en estos momentos los compromisos se están quedando cortos y se ha detectado que los planes nacionales por el clima actuales aumentarían en casi un 14% las emisiones globales de gases de efecto invernadero para 2030, comparándolo con 2010. El Pacto de Glasgow por el Clima hizo un llamamiento a todos los países para que revisaran y reforzaran los objetivos de 2030 dentro de sus CDN y para finales de 2022, a fin de alinearse con el objetivo de temperatura del Acuerdo de París.



# Now 2030, la herramienta para la generación de eventos sostenibles

Desde Grupo Viajes El Corte Inglés tenemos un firme compromiso con la sostenibilidad y la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030. Para ello hemos creado Now 2030, una herramienta que tiene como fin la generación de eventos sostenibles, y que gestiona el cálculo y la compensación de la para gestionar el cálculo y la compensación de la huella de carbono de cualquier evento.

Now 2030 está ideada como un sistema de comunicación, concienciación y sensibilización para calcular, y comprobar, la sostenibilidad de los eventos que se realicen. Así las empresas que la utilicen sabrán dónde lo están haciendo bien y dónde mejorar.

El Plan NOW ofrece a los clientes la posibilidad de compensar la huella de CO<sub>2</sub> generada por el evento que realice a través de compra de cada tonelada de CO<sub>2</sub> en mercados de carbono, pudiendo seleccionar la colaboración en proyectos de reducción de emisiones con su correspondiente certificado de la compra y compensación.

Pero desde Grupo Viajes El Corte Inglés no solo queremos mejorar la sostenibilidad en materia medioambiental, también en la parte social y humana, mejorando el gobierno corporativo de las empresas. Se trata, además de reducir la huella de carbono del evento, de abaratar los costes, reducir el consumo de recursos y optimizar todos los procesos para que sean más eficientes y precisos.

Now 2030 se ha ido probando en algunos eventos para ver su evolución. Entre los que se ha usado están el VI Congreso AEDPA con el lema 'El Patrimonio Natural en la era del cambio climático'; en OCBIKE Origen del Camino Bike; por parte de Turismo Andaluz en su stand de Fitur 2020, que fue premiado como el stand más sostenible; por Ferrocarriles Generalitat Catalana en su stand en la feria Smart City o en el stand de Paradores de Fitur 2022.



### ¿Qué es un evento sostenible?

Un evento sostenible “es aquel evento diseñado, organizado y desarrollado de manera que se minimicen los potenciales impactos negativos ambientales, y que se deje un legado beneficioso para la comunidad anfitriona y todos los involucrados”.

Es decir, no solo debemos crear un evento que contribuya al cuidado del medioambiente, también debe ser capaz de dejar un legado positivo en la comunidad que lo alberga desde el punto de vista social y económico.

Los eventos sostenibles reportan a las empresas un ahorro de costes en todos los aspectos, no solo en materia energética, también en la laboral y humana. Para llegar a esta reducción hay que realizar una buena planificación de cómo será todo el evento y realizar un estudio completo de todos los puntos en los que realizar mejora. Para esto, la utilización de Now 2030 hace que parte de estos análisis se realicen con mayor precisión y celeridad.

Solo en IFEMA, en la Feria de Madrid, este año hay programados 21 eventos sostenibles, que cumplen con todos los parámetros necesarios para ser reconocidos como tales. Es una tendencia que va a estar en alza los próximos años y a la que poco a poco se suman las empresas.



# Consejos para el Turista Responsable



Al hacer tu maleta, evita plásticos y utiliza envases reutilizables.



Modera el uso de agua, luz, gas y aire acondicionado.



Elige alojamientos sostenibles certificados.



Descubre el sabor local con productos de proximidad.



En la medida de lo posible, opta por el transporte mas eficiente.



Mimetízate con el ambiente y relaciónate con respeto.



Reduce, reutiliza y recicla, allá donde vayas.



Respeto los derechos de la infancia.



Contribuye al desarrollo del lugar comprando productos locales.



Evita perturbar el comportamiento animal en su entorno.





GRUPO

---

VIAJES *El Corte Inglés*

