

Turismo Sostenible

Magazine by Preverisk Group

PREVETALKS:

Charlotte WWiebe de Grupo TUI
Jorge Moller de GTSC
Isabel Piñero de Grupo Piñero

TIPS

para ser
más
sostenible

Proyecto
WAT'SAVEREUSE

¿CONOCÍAS
ESTAS
ÁREAS DE
SOSTENIBILIDAD?

La formación
imprescindible



Preverisk
Group

Conócenos



ÍNDICE

Editorial	3
Reportaje “WAT’SAVEREUSE”	5
Prevetalk Grupo TUI	7
Catálogo de formación sostenible 2022	9
Prevetalk Grupo Piñero	11
Prevetalk GSTC	13
Tips de acciones sostenibles	15
Los deseos del 2022	17
El compromisos de Preverisk	19
Y ahora ¿Qué puedes hacer con esta revista?	21
Tu regalo sorpresa	22

EDITORIAL

La salud y la sostenibilidad tienen que maridar bien, sí o sí, ¡no hay elección!, y está en nuestras manos introducir cambios e innovar para conseguirlo.

Hace muchas décadas que tenemos claras evidencias del negativo impacto ambiental de ciertas actividades humanas. Un claro ejemplo, y quizás el más sobresaliente de todos, son los cambios en **las concentraciones de gases de efecto invernadero en la atmósfera y su impacto sobre el clima**, con consecuencias graves que todavía no sabemos predecir bien. Esto lleva sucediendo desde la revolución industrial. También es una evidencia que el clima, la distribución de las especies, la salud, la economía... está todo interconectado en un dinámico y delicado equilibrio, y nosotros no somos una excepción.

Cualquier desequilibrio o alteración del clima conduce **inexorablemente a nuevos equilibrios ecológicos**, y esto está muy relacionado con la mayor frecuencia de aparición de pandemias o nuevas enfermedades en regiones donde no existían. El clima, entre muchas otras cosas, determina la distribución de especies. Un ejemplo es la distribución geográfica de los mosquitos, el principal animal transmisor de enfermedades infecciosas y responsable del mayor número de muertes a nivel global. Ahora estamos viendo aparecer Zika o Chikungunya **en lugares donde no existía** esta enfermedad porque no existían los mosquitos que las transmiten.

El sector turístico es un potente motor económico que puede posibilitar el desarrollo social, pero a la vez es un sector muy vulnerable como se ha visto durante la reciente pandemia.

Es muy alentador que este sector continúe transformándose, introduciendo prácticas respetuosas con el medioambiente, lo cual se traducirá en mejoras económicas y sociales a medio-largo plazo.

¿Cómo podemos hacer que la protección de la salud en el sector turístico vaya muy unida a la implementación de prácticas sostenibles? En Preverisk estamos desarrollando **experiencias piloto que incluyen la aplicación de nuevas tecnologías**, transformación digital, sensorización y monitorización automatizada de procesos, análisis de datos y desarrollo de modelos predictivos utilizando inteligencia artificial, sin menospreciar por supuesto **la inteligencia 'natural'** y aplicación del conocimiento científico a la mejora continua.

La modernización e innovación en el sector será clave para los próximos años. Todo esto será beneficioso para todos, para el sector turístico y para la sociedad en general... ¡si podemos!



Dr. Esteban Delgado
Chairman and Technical Director Preverisk



Dr. Esteban Delgado
Chairman and Technical Director
Preverisk Group

Gregorio Bordoy
Chief Executive Officer
Preverisk Group

Mireia Delgado
Business Director
Preverisk Group

Reportaje

“La sensibilización en relación al ahorro de agua disminuye drásticamente cuando estamos de vacaciones”

WAT'SAVEREUSE es un proyecto europeo cofinanciado por el **Programa LIFE y liderado por 9 socios, franceses** (Aqua-Valley y AD'OCC) **y españoles** (ABAQUA, ACA, AETIB, CLIQIB, CWP, EURECAT), con la eurrregión Pirineos-Mediterránea (EPM) como líder. El proyecto tiene una duración de tres años (hasta octubre del 2023) y **Preverisk Group tiene la oportunidad de participar activamente.**

Los objetivos generales del proyecto son comunicar y sensibilizar sobre las ventajas de iniciativas y legislaciones transnacionales que **promueven la economía circular del agua reduciendo el consumo y recurriendo a la reutilización del agua, en particular en la industria turística de la zona del Mediterráneo.**



El 56% de los turistas están sensibilizados pero no adoptaba hábitos sostenibles en su lugar de origen



WAT'SAVEREUSE

Una zona que suma una población de 15 millones de habitantes, pero que recibe más de 68 millones de turistas al año.

Para ello está previsto que se realicen las siguientes actuaciones:

- **Sensibilizar a turistas y gestores de alojamientos** turísticos para ahorrar y reducir el consumo global de agua.

- Informar acerca de la **reutilización del agua** y animar, tanto a las administraciones locales como a la industria turística, a implementar soluciones.

- Reforzar la **colaboración entre administraciones públicas y operadores** de la cadena de valor para reducir el consumo global de agua.

Con ese objetivo, Preverisk Group ha colaborado en este proyecto mediante la **realización de encuestas a turistas y hoteleros de Cataluña en 2021.** Con estas muestras se pretende obtener una primera evaluación de la percepción y prácticas, tanto de visitantes como alojamientos turísticos en el consumo, ahorro y reutilización de agua.

Estos son algunos datos obtenidos a través de dichas encuestas:

La **conciencia medioambiental por parte de los turistas** estando de vacaciones es menor a la sensibilización cuando están en casa. En este caso, **solo el 10%** reportó estar muy comprometido incluso estando de vacaciones.

El 83% de los hoteleros encuestados ha afirmado que su establecimiento supervisaba y evaluaba comparativamente el consumo de agua, **el 9% reportó que no** y el 8% que no lo sabía.

El 61% de los hoteleros cree rotundamente en la **reutilización de agua no potable** / regenerada.

La gran mayoría (**>95%**) **estaría dispuesto a invertir en tecnologías de ahorro de agua** siempre que **haya financiación o un descuento en el recibo** de agua y apoyo técnico.

La finalidad de este primer análisis es poder comparar las respuestas con una segunda ronda de entrevistas en el 2023 tras la realización de las actuaciones de comunicación y sensibilización que se van a llevar a cabo a lo largo del 2022.



Solo el 10%
reportó estar muy
comprometido
incluso estando
de vacaciones



El >95% de los
hoteleros estaría
dispuesto a invertir
en tecnología e
ahorro del agua si
tuvieran financia-
ción pública



Para obtener más información sobre el proyecto WAT'SAVEREUSE, puedes visitar www.lifewatsavereuse.eu.



Cofinanciado por
la Unión Europea

Prevetalk con Charlotte WWiebe

Directora de Sostenibilidad del Grupo TUI

El compromiso de TUI con la sostenibilidad es muy claro y llevan muchos años trabajando para garantizar unas buenas prácticas empresariales medioambientales y sociales. Además, a través de la Fundación TUI Care, apoyan a diversas asociaciones y proyectos en el ámbito de la sostenibilidad. Por ello, es un placer compartir la experiencia y la visión de **Charlotte WWiebe, Directora de Sostenibilidad del Grupo TUI.**



Tras la reciente conferencia internacional sobre el cambio climático celebrada en Glasgow, ¿Qué papel debe desempeñar el sector turístico?

El cambio climático no es un reto que los políticos puedan resolver solos. La economía y todas las empresas tienen un papel decisivo en la transformación hacia un futuro más eficiente desde el punto de vista energético y con bajas emisiones de carbono. Y, por supuesto, TUI también ve su propia responsabilidad en esto y hará su contribución.

En Glasgow, el aspecto medioambiental de la sostenibilidad fue con razón el centro de atención. Sin embargo, creo que un **enfoque holístico de la sostenibilidad para la industria del turismo debe incluir perspectivas sociales y económicas.**

En TUI llevamos 30 años trabajando para reducir el impacto medioambiental de nuestras operaciones de aerolíneas, cruceros, hoteles, oficinas y agencias de viajes. Para ello, no sólo hemos introducido cambios en nuestras ofertas y operaciones, sino que también hemos invertido en las más modernas tecnologías de aviación y cruceros para reducir las emisiones. Nuestro objetivo es seguir desempeñando un papel de liderazgo con nuestra nueva Agenda de Sostenibilidad.

¿En qué se centrará la nueva Agenda de Sostenibilidad?

Nuestra Agenda de Sostenibilidad acelerará la transformación sostenible de TUI durante la siguiente década. Seguiremos centrándonos en reducir significativamente nuestra huella medioambiental. Para ello, nos centramos no sólo en nuestras emisiones, sino también en el agua, la energía y los residuos. Con nuestra Agenda de Sostenibilidad, queremos ser pioneros en el desarrollo sostenible del sector turístico. Tendremos muchos proyectos “lighthouse” para impulsar la transformación.

¿Cómo abordará TUI la reducción de emisiones?

Estamos trabajando con **la iniciativa Science Based Targets**, en la que participan organizaciones de renombre como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y el WWF. La iniciativa nos apoya en la elaboración de las **hojas de ruta para convertirnos en una empresa Net Zero** sobre la base de los últimos descubrimientos científicos y con la participación de expertos climáticos externos en este proceso. Esto proporciona transparencia y garantiza que hagamos una contribución efectiva a la consecución de los objetivos climáticos. Soy partidaria de utilizar datos, hechos y hallazgos científicos como base.

“**Nuestro objetivo es seguir con un papel de liderazgo con nuestra nueva Agenda de Sostenibilidad**”

¿Puede darnos un ejemplo de uno de los proyectos “lighthouse”?

Uno de los proyectos que **más me entusiasman es nuestro trabajo en un destino**, para darle la forma de destino vacacional sostenible del futuro, desde la educación hasta la movilidad, desde la prevención de residuos hasta la energía verde, es un proyecto de varios años y numerosas iniciativas individuales, queremos mostrar cómo puede ser la sostenibilidad a nivel local.

Pronto presentaremos el proyecto global, el objetivo es compartir nuestros hallazgos y experiencias y poder transferirlos a otros destinos.



CÓMO SER UN ACTIVISTA DE LA AGENDA 2030

¡Nuestro corazón también es verde! Entendemos el reto que plantea para las empresas y organizaciones turísticas encontrar un equilibrio entre su actividad y preservar el entorno medioambiental, social y cultural. Por ello, cada uno de nuestros cursos, aborda desde conceptos básicos hasta programas de gestión y cambio climático.

El principal objetivo de estas formaciones es conseguir que los equipos contribuyan al cumplimiento de los compromisos establecidos y avanzar juntos hacia una industria turística sostenible y comprometida con el medio ambiente.

Todas las formaciones están disponibles en formato presencial, remoto, e-learning o una combinación de modalidades.



LISTADO DE CURSOS

Consecuencias de no ser rico pobre. RETO: Cómo y hasta cuando subsistir con 1,90€ al día



Descubre una manera muy simple de **reducir la tensión, aumentar el respeto y la tolerancia entre tus equipos** de trabajo. Identifica la forma más común (y equivocada) en que la mayoría de personas y negocios **elige a sus proveedores y la alternativa sostenible (y más rentable)** que te proponemos. Además de **entender y contribuir en la reducción de la pobreza.**

Las 800 millones de llamadas perdidas del Hambre Invisible



800 Millones de personas pasan hambre. Consigue que **el personal aumente su predisposición al ahorro** aunque les hayas machacado con ello 1000 veces. Re-formula la verdadera pregunta que debe hacerse **un profesional a la hora de gestionar los desperdicios.** Descubre los verdaderos **beneficios de adquirir productos de KMO** y su relación con el hambre invisible.

Manual Práctico para ser un #hombreglobo, el nuevo superhéroe para 1 Millón de personas



1 de cada 3 mujeres ha sufrido alguna agresión **sexual**. 37 Mil niñas hijas contraen matrimonio al día.



3 formas de utilizar las Redes Sociales. #thechoiceisours



IGUALDAD. No creas todo lo que piensas, sin posturo, morbo, pose y marketing. Hoja de Ruta



Aprende a **consumir responsablemente** como un PRO



Crema protectora factor 1 millón y otras **consecuencias del Cambio climático**



Conviértete en un súper héroe gracias a 4 acciones fundamentales para **promover tu salud y la de tu entorno**, y no, no es irte de misiones. **Reduce el número de bajas laborales y los costes de la rotación de personal**. Aprende una manera muy simple (y absurdamente eficaz) de **convertirte en un referente de autoridad en el salud y bienestar**. Y si te proponen como **miembro del comité sostenible** brillarás.

Destierra el micromachismo y verás como se dispara la **mejoría en el clima laboral de tus equipos**. **Consigue que la marca sea un referente en lo que a igualdad de género**, situando al hombre luchando desde la misma cara de la moneda. **Aumenta la profesionalización** regalándole a **LAS PROFESIONALES** la oportunidad de centrarse y brillar en sus tareas sin miedo, complejos o incomodidades.

Aprende la pregunta que debes hacerte a la hora de utilizar las redes sociales para **no ser destructivo**. Valora la **repercusión en la imagen que transmitirás** como persona y marca. Descubre **nuevas soluciones y un personal motivado e implicado** a través de estos métodos sencillos y gratuitos en vez del control C, control V sin sentido.

El por qué identificamos IGUALDAD con en colectivo LGBTI dejando fuera la CULTURA MASSAI y que podemos hacer al respecto. Entiende los 9 tipos de DESIGUALDAD que vive nuestra sociedad y su relación directa con un **servicio de Calidad**. **Descubre a tus clientes** mediante diferentes alternativas la forma de combatir DESIGUALDAD **de forma atractiva y útil**.

Entiende toda la verdad sobre la **el consumo responsable, ahorra espacio, reduce residuos, ahorra en compras, elimina procesos, optimiza equipos, cánsate menos, hazlo bonito, sencillo y para siempre**.

Calcula la cantidad de dinero que puedes **ahorrar** al mes en consumo de energía y agua con pequeños gestos. Descubre los Mitos y leyendas del **Efecto invernadero**. Entiende que las compras por internet pueden no ser la mejor opción para **reducir la huella de carbono**.

Previetalk con Isabel Piñero

Chief Sustainability Officer de Grupo Piñero

Tal y como “reza” el ADN de Grupo Piñero, es vital que nuestra forma de hacer las cosas en nuestro día a día, así como la forma de llevar a cabo la actividad empresarial lleve implícito el respeto absoluto por los entornos y devoción por las personas que nos rodean, de forma que dejemos a las generaciones futuras un mundo mejor del que nos encontramos. Profundicemos un poco más con **Isabel Piñero, Chief Sustainability Officer de Grupo Piñero.**

¿Qué recorrido tiene la sostenibilidad?

Me gustaría hablar de Sostenibilidad en su triple vertiente: Económica, social y ambiental. Por ello, trabajar desde una visión ESG (Ambiental, Social y Gobernanza) es una responsabilidad que tenemos las empresas, las organizaciones, instituciones y sociedad en general es fundamental.

Debemos trabajar activamente para dejar un legado a las futuras generaciones.

Por ello nosotros fomentamos un liderazgo humano que nos permita avanzar en un **modelo de turismo responsable y sostenible** que pueda hacer frente a los desafíos actuales a los que nos enfrentamos.

Con el fin de sensibilizar y motivar a la sociedad a pasar a la acción ya que creemos es un asunto urgente, este año desde Grupo Piñero **lanzamos el movimiento “Somos Ecoistas”** que invita a toda la sociedad a sacar su lado más ‘ecoista’ con la preservación del medioambiente.



¿Crees que la sostenibilidad se está volviendo una moda?

La sostenibilidad no es una moda, indudablemente es una exigencia. Ya no es una opción esperar el cambio regulatorio para tomar acción. Debemos tener en cuenta que el futuro será Sostenible o no será y esto es una gran responsabilidad que debemos asumir todas las empresas y la sociedad en general.

El desempeño de una empresa se debe medir en las tres dimensiones de la sostenibilidad: económica (una empresa no rentable no es sostenible), **ambiental** (cómo gestiona los recursos y su huella en el medioambiente) **y social** (su impacto en las personas con las que se relaciona).

Grupo Piñero llevamos años incorporando la sostenibilidad en la gestión empresarial. Somos conscientes de que la prosperidad de nuestra compañía está directamente relacionada con la prosperidad de las comunidades y del entorno donde operamos.

¿Qué inversiones hará Grupo Piñero en sostenibilidad en los próximos años? Formaciones / programas / infraestructura

Durante 2020 **invertimos 8 millones de euros en proyectos de materia ambiental**, enfocados en la descarbonización, la eficiencia energética, la gestión óptima de los recursos y el fomento de la biodiversidad en los territorios donde operamos. En los próximos años tenemos previsto realizar inversiones en diferentes proyectos como: El Plan de Gestión Integral del Litoral, en el diseño de productos y servicios sostenibles, en nuestro Programa Empresa Saludable para empleados y clientes, así como continuar colaborando con la comunidad local.



Debemos tener en cuenta que el futuro será sostenible o no será



¿La sostenibilidad puede ir de la mano de la rentabilidad?

La sostenibilidad debe ir de la mano de rentabilidad, ya que una empresa debe mantenerse en el tiempo. Hoy, podemos decir que lo es **por la vía de la reducción de costes** y pronto pasará a ser parte **de la cuenta de resultados**.



Prevetalk con Jorge Moller

Director de programa de GSTC

El Consejo Global de Turismo Sostenible (conocido como el GSTC por sus siglas en inglés) establece y gestiona los estándares mundiales de sostenibilidad, conocidos como los Criterios GSTC, los cuales son los principios rectores y los requisitos mínimos que cualquier empresa o destino turístico debe aspirar a alcanzar para proteger y mantener los recursos naturales y culturales del mundo, garantizando al mismo tiempo que el turismo alcance su potencial como una herramienta para la conservación y la mitigación de la pobreza. Profundicemos un poco más acerca de la visión del GSTC con **Jorge Moller, Director de programa para Latinoamérica.**

De acuerdo con los Criterios GSTC ¿Cuáles son los principales pilares para alcanzar un turismo más sostenible?

Llame al chef, siéntelo al frente suyo y propóngale que la próxima compra que vaya a hacer para el restaurante sea de productos no más lejanos a 10 km, dígame que los alimentos que vaya a utilizar para **esa maravilla de menú sean locales** y que cuente la historia. Ponga una pizarra en la entrada al restaurante y diga, el queso que usted va a comer hoy lo ha elaborado la señora Juanita vive a 5 km de aquí y puede ir a visitarla si usted quiere, ella es una productora local y la estamos ayudando, así de fácil, no hay que enredarse tanto. Primero que el chef **se sume a este reto y luego que empiece a llamar a los ingenieros para reducir su huella de carbono** y para reducir su consumo de agua, pero lo primero es la señora Juanita, que está esperando desde hace 20 años, que ella ve cómo usted está comprando a grandes compañías internacionales y ella produce un queso mucho mejor y gracias a eso puede pagarle los estudios a su nieto, **eso es sostenibilidad, hay que contar la historia**, no solo poner el queso rico en el desayuno.





¿Cuál es el nivel de madurez/conocimiento en materia de Sostenibilidad que detectas actualmente en la industria del Turismo?

Yo lo dividiría en pre-pandemia y post-pandemia, creo que la pandemia nos ha traído un cambio de mirada muy fuerte en el ser humano a nivel global. Considero que en la **pre-pandemia no había un conocimiento claro** de la emergencia climática y con la pandemia **aprendimos un poco más** de comunidad, que tiene que ver con lo social, nos restringimos económicamente, que tiene que ver con la sostenibilidad económica y vimos el efecto ambiental que tiene estar encerrados y no dañar al planeta; empezó a clarificarse el cielo, las aguas, etcétera y creo que la gente empezó a entender el medio en que vivía y empezó a entender que vivía en comunidad, empezó a entender que tenía que cuidar a su planeta, **empezó a entender la cadena de valor**, de la alimentación sana, etcétera. Yo creo que hoy en día hablamos con un poco más de propiedad, ya no es una idea loca de algunos, no es una moda. Pasó a ser algo sobre lo cual debemos conversar.

“

Ya no es una idea loca de algunos, no es una moda, Pasó a ser algo sobre lo cual debemos conversar

”

¿Por dónde puede empezar un pequeño hotel o empresa turística para integrar la sostenibilidad en su organización?

Nosotros funcionamos con cuatro pilares, habitualmente nos enseñaron que la sostenibilidad se basaba en 3 pilares: social, ambiental y económico, sin embargo, hoy en día y más que nunca creemos y **apostamos por la gestión sostenible**, gestionarnos, vincularnos, articularnos y de ahí bajarlo a algo que nos cuesta mucho en nuestra querida Latinoamérica, que es la Gobernanza; este es el cuarto pilar. Hoy en día, **las decisiones de desarrollo sostenible para un territorio tienen que estar basadas en una Gobernanza Representativa**, donde todos se vean representados en el pensamiento, en la planificación, en la decisión, en la evaluación de ese territorio hacia el presente y el futuro y porqué no decirlo, hacia el pasado.

ECO TIPS PARA SER MÁS SOSTENIBLES ESTE 2022

Te damos unos consejitos para que des un paso más a tu día a día



1 **Desenchufar los cargadores de los dispositivos electrónicos cuando no están cargando.**

Aunque el teléfono no esté conectado, sigue consumiendo, y se prevé que en el mundo se gastan más de mil millones de euros de electricidad por tener cargadores siempre enchufados.

2 **Promover el interés por la fauna y la flora, pasear por los exteriores de los núcleos urbanos, hacer excursiones, senderismo...**

El solo hecho de conocer te hace querer; es decir, si una persona nunca ha visto nunca un tucán, le tendrá menos estima o aprecio que una persona que si los haya visto.



3 **Elaborar platos con productos principalmente locales**

Válido tanto para un hotel como para una casa particular: si se compran alimentos procedentes de otros países, se deja una huella de carbono muy grande y además dejamos de lado el mercado local.

4 **Potenciar las tiendas de segunda mano (ropa, libros, productos electrónicos re-acondicionados...)**

Actualmente vivimos en un consumismo constante, esto favorece la obsolescencia programada de los productos que compramos, como por ejemplo los productos electrónicos (smartphones, ordenadores, etc). Lo mismo pasa con la ropa, una vez pasa de moda ya no sirve... Generando un gran impacto residual en el planeta.





5 Por tu salud y por el planeta, consume carne de forma equilibrada

Con el consumo moderado de carne mejoramos nuestro organismo al introducir más frutas y verduras en nuestra dieta.

Las 20 principales compañías cárnicas y lácteas emitieron más gases de efecto invernadero en 2016 que toda Alemania. Si estas empresas fueran un país, serían el séptimo mayor en emisión de gases de efecto invernadero del mundo. La producción de carne, además de genera grandes cantidades de CO2 y de metano, realiza un gasto intensivo del agua.

Haz turismo con responsabilidad

El turismo es una actividad que nos proporciona días de disfrute y contribuye a generar riqueza en las zonas de destino, pero también puede provocar importantes afecciones si no se realiza con criterios sostenibles. Por eso, si consumes productos naturales de la zona, compras artesanía local o disfrutas de la gastronomía de la región, contribuyes a la prosperidad de la economía local.



7 Compra productos de marcas que apoyan el cambio hacia un futuro con bajas emisiones

Tenemos la posibilidad de apoyar aquellas marcas que estén apostando por reducir su impacto climático. Investiga un poco por la red y compra en empresas que sepas que aplican prácticas sostenibles.

8 Compra a granel fruta, verduras, encurtidos, frutos secos, etc.

Siempre que sea posible es preferible comprar a granel, de esta forma se disminuye la cantidad de envases que acaban en la basura del hogar.



9 Tu opinión es importante

Ayuda a difundir buenas prácticas. Comparte en redes sociales cualquier publicación o idea que permita luchar contra el cambio climático. El efecto multiplicador de las redes sociales puede ayudar a sensibilizar a un número mayor de personas y conseguir frenar el cambio climático. Las generaciones futuras agradecerán tu esfuerzo.

Si tuvieras que pedir un deseo al 2022 para tu compañía ¿Cuál sería?



“

Mi deseo para este próximo año 2022 es poder recuperar nuestra actividad al 100% y por supuesto seguir siendo una empresa referente en el sector, que contribuye a la mejora de las comunidades donde estamos presentes y aportando valor a las personas que trabajan con nosotros.

Isabel Piñero,
Chief Sustainability Officer de Grupo Piñero.

”

“

La descarbonización en la aviación es un reto enorme, pero el sector tiene un plan creíble que puede llevarse a cabo con el apoyo adecuado. Hemos visto avances hacia la COP26, como el anuncio por parte del Gobierno del Reino Unido de aportar 180 millones de libras esterlinas en nuevas ayudas para crear las primeras estaciones de combustible sostenibles para la aviación del Reino Unido. Para 2022, me gustaría ver un compromiso global en la OACI, el organismo internacional de aviación, en apoyo del objetivo de cero emisiones.

Clare Jenkinson,
Head of Sustainability at ABTA.

”



“

Que se cumplan nuestros planes. No hay nada más satisfactorio que terminar un año con la certeza de haber alcanzado los objetivos marcados.

Catalina Alemany,
Directora de Responsabilidad Social Corporativa de RIU.

”

“

Que nos permita llegar a todos los lugares, para educar, convocar, sensibilizar, entregar las metodologías para actuar, porque no es solo soñar con sostenibilidad, es enseñar a cómo hacerlo, llegar a todos aquellos que todavía no saben cómo, inspirarlos para que entiendan que esto es un camino que todos tenemos que hacer, que entiendan el por qué y que duerman más tranquilos después de empezar, mi deseo sería que nos permitan llegar a todos...

Jorge Moller,
Director de programa de la GSTC para Latinoamérica.

”

COMPROMISOS SOSTENIBLES 2022

Preverisk se alinea con otros líderes del sector para firmar la Declaración de Glasgow sobre la Acción Climática en el Turismo



Preverisk anunció el pasado mes de noviembre que se convertía en firmante de la **Declaración de Glasgow sobre la Acción Climática en el Turismo**, la cual se presentó oficialmente en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP26). **La Declaración de Glasgow sobre la Acción Climática en el Turismo** une a los diferentes actores del mundo del turismo alrededor de un conjunto de vías para luchar de forma conjunta contra el cambio climático, alineando al sector con los compromisos globales y aportando soluciones de colaboración para afrontar todos los retos a los que se enfrentan las compañías y los destinos turísticos a nivel mundial.

La Declaración de Glasgow impulsa la aceleración de la **acción climática en el turismo mediante** la obtención de compromisos para reducir las emisiones en el turismo en **al menos un 50%** durante la próxima década y alcanzar el nivel cero lo antes posible, **antes de 2050**.

//

El clima, la vida, la distribución de las especies, la salud... Todo está entrelazado en un equilibrio dinámico y delicado, ¡y el ser humano no es una excepción! No está claro si ya es demasiado tarde para cambiar las cosas, pero estamos seguros de que ¡vale la pena intentarlo! Además, es importante estar preparado para adaptarse a los escenarios futuros.

//

Dr. Esteban Delgado
Chairman and Technical Director Preverisk

El hecho de ser firmante de dicha declaración compromete a las compañías a **alinear sus acciones con las últimas recomendaciones científicas**, con el objetivo de garantizar que su enfoque siga siendo coherente con un aumento de no más de 1,5 °C por encima de los niveles preindustriales para 2100. También acuerdan presentar o actualizar **planes de acción climática** en un plazo de 12 meses, alinear los planes con las cinco vías de la Declaración (Medir, Descarbonizar, Regenerar, Colaborar, Financiar), informar públicamente cada año y trabajar con un espíritu de colaboración, compartiendo buenas prácticas y soluciones, y difundiendo información.

Como se afirma en la declaración *"Una transición justa hacia el Net Zero antes de 2050 sólo será posible si la recuperación del turismo acelera la adopción de un consumo y una producción sostenibles, y redefine nuestro éxito futuro para considerar no sólo el valor económico sino la regeneración de los ecosistemas, la biodiversidad y las comunidades."*

Los compromisos de Preverisk:

Invertir en investigación, desarrollo e innovación y compartir conocimientos sobre cómo la industria turística puede reducir su impacto en el cambio climático.

Animar a nuestro personal, asociados, clientes y todos los amigos y familiares a contribuir a los grandes cambios, adoptando pequeñas acciones personales.



Nuestra revista ha sido creada con papel reciclado para crear el menor impacto posible en el medio ambiente, por esta razón, le queremos dar una tercera vida útil a este papel. ¡Reutilízala a tu gusto!

¿QUÉ PUEDES HACER CON ESTA REVISTA?

- 1 Envolver algún regalo
- 2 Forrar un libro
- 3 Hacer un sobre
- 4 Crea collages
- 5 Renueva los marcos de tus fotografías y cuadros
- 6 Diviértete haciendo origamis: aviones, flores, pájaros, ranas...
- 7 Haz una corona para los reyes de la casa
- 8 Crea bolas de navidad. Dale forma con un globo y vete pegando el papel de la revista con la mezcla agua-cola. Espera a que se seque y ¡listo!

Con la misma técnica de los globos, puedes crear bowls. Forra solo la mitad del globo y ¡ya lo tienes!

- 10 Puedes hacer posa-vasos. Primero debes hacer muchas tiras con el papel y luego pincelarlas con cola blanca para hacerlas impermeables mientras vas enrollando las tiras haciendo un círculo, hasta que consigas el tamaño que desees.



Tenemos un regalo para tí



Corta y planta



Agua y sol



Crece



Preverisk
Group