

COMPROMISO DE LOS PRINCIPIOS DE SOSTENIBILIDAD PARA LOS VIAJES DE INCENTIVO

Los viajes de incentivo tienen una relación muy directa con el desarrollo sostenible de los destinos, pudiendo generar tanto mucho impacto negativo y presión ambiental sobre el entorno, como promover el impacto positivo en el medio ambiente y las comunidades locales, en función del enfoque seguido por sus organizadores.

El contexto económico y tecnológico actual nos obliga tener una incidencia sobre la sostenibilidad que en muchas ocasiones no podemos evitar. Por este motivo, tenemos que poner en marcha medidas para corregir, minimizar y compensar el impacto de los viajes de incentivo sobre los destinos y el medio ambiente.

Los incentivos tienen que estar en el lado de la búsqueda de soluciones que permitan la transición hacia un modelo de desarrollo turístico sostenible, disminuyendo los impactos negativos y aumentando los impactos positivos. Aunque debemos de continuar esforzándonos por corregir los efectos negativos que nuestra actividad tiene sobre la sostenibilidad, como sector económico nuestra intención debe ser la de promover la mejora sostenible de los recursos que empleamos para organizar viajes de incentivo.

Por este motivo queremos manifestar que las agencias de viajes de incentivo debemos basar nuestras decisiones para organizar viajes de más sostenibles en las directrices que exponemos a continuación, como vía para la mejora continua sostenible en toda nuestra cadena de valor.

1. CONTRATACIÓN DE MEDIOS DE TRANSPORTE.

Trataremos de promover la contratación de medios de transporte aéreos, marítimos o terrestres, que empleen la tecnología más eficiente en términos de descarbonización de las emisiones de gases de efecto invernadero y de la gestión ambiental de sus impactos.

Las líneas de mejora deberían ser:

- Priorizar a compañías que empleen combustibles de última generación basados en hidrógeno, energías renovables, biocombustibles o combustibles sostenibles de aviación (SAF)
- Seleccionar empresas de transporte que compensen las emisiones de carbono de sus actividades.
- Valorar positivamente la contratación de empresas de transporte que hayan implantado y certificado sistemas de gestión medioambiental que estén certificados, políticas de compra sostenible, estrategias de responsabilidad social corporativa y apuesten por la generación de impacto positivo en las comunidades locales y en el medio ambiente.
- Apostar por la contratación de medios de transporte “cero emisiones”, como vehículos eléctricos.

2. LUCHA CONTRA LA CONTAMINACION DE ENVASES DE UN SOLO USO.

Los envases de un solo uso, en especial los de plástico, brick y vidrio, se ha convertido en otro de los grandes problemas globales que la actividad humana genera sobre el medio ambiente.

Los envases de un solo uso en muchas ocasiones no cuentan con la garantía de que existan en los destinos de sistemas que garanticen su correcta recuperación y reciclaje. Esta situación se repite tanto en destinos de países en vías de desarrollo como desarrollados.

Las agencias de viajes de incentivo deberán redoblar sus esfuerzos en diseñar sistemas de avituallamiento e hidratación que eviten el consumo de envases de un solo uso y la consiguiente generación de residuos de envases. Por otro lado deberán trasladar esta preocupación a todos los alojamientos y proveedores que contraten.

3. CONTRATACIÓN DE ALOJAMIENTOS.

A la hora de seleccionar alojamientos se deberán tener en cuenta aspectos de sostenibilidad básicos tales como la eficiencia energética, minimización y gestión de residuos, el ahorro de agua o el empleo de alimentos y bebidas locales para restauración a la hora de contratar alojamientos para un viaje de incentivo.

Además de estas premisas de partida, trataremos de potenciar que los alojamientos entiendan que el desarrollo sostenible de los viajes de incentivo va en la línea de:

- Respetar la arquitectura del entorno, empleando los materiales de construcción propios que aporta los recursos naturales del destino respetando su extracción sostenible.
- Buscar la eficiencia energética de las edificaciones algo que se consigue construyendo con criterios de arquitectura bioclimática.
- Promover las oportunidades de empleo entre la comunidad local.

4. SERVICIOS DE RESTAURACIÓN MÁS SOSTENIBLE.

Confeccionaremos propuestas de comidas más sostenibles para nuestros clientes, y aconsejaremos que se decanten por ellas como opciones de valor añadido para el evento.

Para elaborar estas propuestas trataremos de:

- Promover menús basados en alimentación saludable.
- Solicitar la presencia de productos de temporada y de producción local.
- Proponer alimentos con baja huella ecológica, limitando el consumo de carne, en especial la de vacuno procedente de ganadería intensiva.
- Fomentar la recuperación y puesta en valor de variedades de alimentos locales y de la tradición gastronómica local.
- Contemplar la diversidad de hábitos alimenticios de los participantes, en especial a hábitos veganos/vegetarianos y hábitos con la cultura y las creencias religiosas de los participantes.
- Tener un consumo racional de los alimentos, evitando que haya sobrantes o desperdicio de la comida.

5. PRODUCCIÓN SOSTENIBLE.

Para la producción de eventos asociados al viaje, trataremos de poner en práctica criterios basados en la economía circular y la eficiencia de energía, dando especial relevancia a:

- Reutilizar materiales o emplear productos que puedan ser reutilizados y que no generen residuos.
- Emplear materiales con bajo impacto en el medio ambiente.
- Contratar la producción a proveedores locales.
- Adquirir regalos y otros objetos entregables para los asistentes a empresas locales del destino, y más especialmente a empresas o artesanos para promover la inclusión laboral de colectivos vulnerables.
- Eficiencia energética de los medios técnicos contratados.

6. DERECHOS DE LOS TRABAJADORES.

Los eventos generan muchas oportunidades laborales para las personas que residen en los destinos. Los viajes de incentivo deben servir para fomentar el desarrollo sostenible en relación al empleo de calidad y la reducción de las desigualdades.

Se deberá observar que las empresas que suministran servicios para los viajes de incentivo contemplan las siguientes buenas prácticas respecto a sus trabajadores:

- Compromiso con la equidad salarial entre sus trabajadores.
- Respeto de los derechos de los trabajadores.
- Cuidado de las condiciones de seguridad y salud de los trabajadores.
- Aplicación de políticas de igualdad de oportunidades entre trabajadores de distinto sexo o con distinta identidad sexual.
- Fomento de la inclusión laboral de personas en situación de vulnerabilidad.
- Rechazo de situaciones de explotación infantil.

7. GENERACION DE IMPACTOS POSITIVOS EN EL ENTORNO.

Los viajes de incentivo tienen que generar cambios positivos para el medio ambiente y las personas.

Por este motivo los organizadores de viajes de incentivo deben tratar de maximizar el impacto positivo que generan mediante la realización de actividades de teambuilding responsables o la colaboración con proyectos de desarrollo social o ambiental del destino.

La búsqueda de impacto positivo de un viaje de incentivo siempre se hará desde un conocimiento profundo de las necesidades reales del entorno y de las comunidades locales. Esto sólo se conseguirá si se planifican estas acciones de la mano de las entidades desarrollo local, involucrándose en los proyectos que están tienen identificados y asegurando que existe un proceso de monitorización de estas actividades que garantice su continuidad en el tiempo.

En este tipo de actividades hay que fomentar la interacción de los participantes con las comunidades locales, permitiendo el empoderamiento de la población local y dándoles el protagonismo que se merecen.

Además, y conscientes que los proyectos de impacto positivo no pertenecen a las empresas que los promueven dentro de los viajes que organizan, sino que pertenecen a los destinos y las comunidades que se integran en él, las actividades desarrolladas deben ofrecer la posibilidad de que se mantengan y perduren en el tiempo. Esta premisa nos lleva a considerar la importancia de que se tenga en cuenta estas dos sinergias:

- I. Que las actividades de impacto positivo en el destino puedan ser continuadas por otros viajes posteriores, incluso aunque sean organizados por empresas diferentes a las que originalmente promovieron estas acciones. En este sentido tenemos que implicar años diferentes actores económicos del destino, como DMC u otro tipo de empresas locales que perpetúen estos proyectos.
- II. Diseñar estas actividades dejando abierta la posibilidad de que los participantes o la empresa puedan permanecer vinculados con los proyectos, aportando su colaboración y esfuerzo para dar continuidad y amplificar el impacto positivo para la comunidad y/o el destino.

8. RESPETO DEL PATRIMONIO LOCAL DE LOS DESTINOS.

Se entiende por patrimonio local de un destino a:

- sus recursos naturales.
- su riqueza biológica y geológica.
- sus costumbres y modo de vida.
- su/s lenguas.
- su historia.
- su patrimonio gastronómico.
- sus monumentos y edificaciones tradicionales.
- su idiosincrasia y valores intracomunitarios.
- su riqueza cultural y su folclore.

Los viajes de incentivo deben de fomentar el enriquecimiento que supone la interacción de los participantes con el patrimonio de un destino y con las personas que lo han recibido para conservarlo y mejorarlo, pero siempre desde el respeto estricto de este patrimonio y evitando generar molestias a la población local.

9. CORRESPONSABILIDAD DE LOS PARTICIPANTES Y PUESTA EN VALOR DE LA SOSTENIBILIDAD.

El viaje de incentivo que aplica una estrategia de sostenibilidad debe de contar con la implicación y el apoyo de las personas que participan en el viaje. Este enfoque contribuye a un cambio tanto en la mejora de los resultados de sostenibilidad del viaje, como en la sensibilización y adquisición de nuevos hábitos de vida más sostenibles tras la vuelta del viaje por parte de las personas que lo han disfrutado, fomentando a través de la empatía que las personas involucradas en el viaje puedan crear conciencia.

Se deberá poner en marcha mecanismos para informar y sensibilizar a los proveedores, participantes y clientes de las medidas de sostenibilidad puestas en marcha durante el viaje con el objetivo de:

- implicarles en la puesta en marcha de estas medidas.
- poner en valor el carácter más sostenible del evento.
- exponer a los participantes a las tendencias de desarrollo sostenible, fomentando cambios en sus hábitos como ciudadano y ayudando de esta manera al cambio global del modelo de desarrollo sostenible.
- Explicar muy bien nuestras propuestas de sostenibilidad a los clientes, como parte de una parte más dentro de la acción comercial.

10. NUESTRA RESPONSABILIDAD EN 'NUESTRA CASA'.

Más allá del compromiso sostenible que una agencia de viajes de incentivo puede establecer en la organización de sus viajes, no debemos de olvidar que la sostenibilidad también se debe aplicar en todos los ámbitos de nuestras actividades, en especial en lo referente a:

- sostenibilidad aplicada a nuestras instalaciones y oficinas.
- cualificación y formación de nuestros empleados y colaboradores
- mantener informado a nuestro equipo sobre las acciones sostenibles y de responsabilidad social que se están llevando a cabo o que se ejecutarán tanto a nivel interno como a nivel de proveedores y clientes.
- promover en nuestro ámbito de influencia los puntos de esta declaración de modo que seamos un ejemplo para proveedores y clientes.