

# Cómo poner en valor y comercializar el turismo sustentable y no caer en el greenwashing

Dr. Alba Viana Lora

16 de abril de 2024





# Índice

1. Introducción al turismo sustentable
2. Beneficios del turismo sustentable
3. Riesgos del *greenwashing* en el turismo
4. Cómo identificar *greenwashing*
5. Casos de *greenwashing* en turismo
6. Estrategias para poner en valor el turismo sustentable
7. Estudios de caso exitosos
8. Conclusión

# Introducción al turismo sustentable

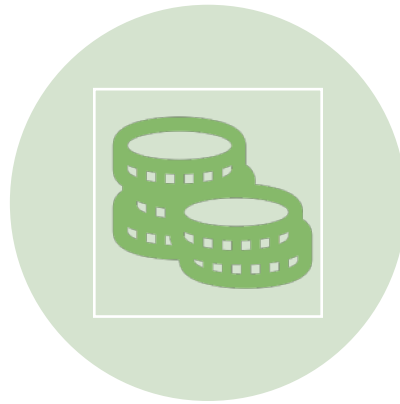
*Desarrollo turístico sostenible tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas (UNWTO).*



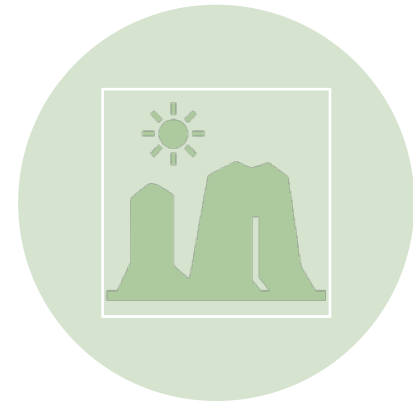
# Beneficios del turismo sustentable



IMPACTO POSITIVO EN EL  
MEDIO AMBIENTE



CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO  
LOCAL Y ECONÓMICO



FOMENTO DE LA CONSERVACIÓN  
CULTURAL Y NATURAL

# Riesgos del *greenwashing* en el turismo



El *greenwashing* se refiere a prácticas engañosas en las que una empresa o destino turístico pretende ser más "verde" de lo que realmente es, a través de tácticas de marketing que exageran o distorsionan sus prácticas sustentables.



Supone consecuencias negativas para la reputación y la sostenibilidad.



# DIRECTIVA (UE) 2024/825 DEL PARLAMENTO EUROPEO

- La Directiva se publicó en el Diario Oficial de la Unión Europea (DOUE) el 6 de marzo de 2024.
- Los Estados miembros tienen hasta el 27 de marzo de 2026 para transponerla a su legislación nacional.

2024/825

6.3.2024

## DIRECTIVA (UE) 2024/825 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO

de 28 de febrero de 2024

por la que se modifican las Directivas 2005/29/CE y 2011/83/UE en lo que respecta al empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica mediante una mejor protección contra las prácticas desleales y mediante una mejor información

(Texto pertinente a efectos del EEE)

EL PARLAMENTO EUROPEO Y EL CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA,

Visto el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, y en particular su artículo 114,

Vista la propuesta de la Comisión Europea,

Prevía transmisión del proyecto de acto legislativo a los Parlamentos nacionales,

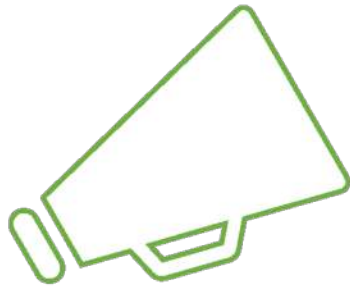
Visto el dictamen del Comité Económico y Social Europeo <sup>(1)</sup>,

De conformidad con el procedimiento legislativo ordinario <sup>(2)</sup>,

Considerando lo siguiente:

- (1) Con el fin de contribuir al correcto funcionamiento del mercado interior, sobre la base de un elevado nivel de protección de los consumidores y de protección del medio ambiente, y avanzar en la transición ecológica, es esencial que los consumidores puedan tomar decisiones de compra informadas y contribuir así a patrones de consumo más sostenibles. Ello implica que los comerciantes tienen la responsabilidad de proporcionar información clara, pertinente y fiable. Por consiguiente, deben introducirse normas específicas en el Derecho de la Unión en materia de protección de los consumidores para hacer frente a las prácticas comerciales desleales que inducen a error a los consumidores y les impiden tomar decisiones de consumo sostenibles, como las prácticas asociadas a la obsolescencia temprana de los bienes, las afirmaciones medioambientales engañosas («ecoimpostura»), la información engañosa sobre las características sociales de los productos o las empresas de los comerciantes, o los distintivos de sostenibilidad poco transparentes y poco creíbles. Estas normas van a permitir a los organismos nacionales competentes abordar eficazmente tales prácticas. Garantizar que las afirmaciones medioambientales sean veraces, comprensibles y fiables va a permitir a los comerciantes operar en igualdad de condiciones y, a los consumidores, elegir productos que sean realmente mejores para el medio ambiente que los productos competidores. Esto fomentará la competencia orientada hacia productos más sostenibles desde el punto de vista medioambiental, reduciendo con ello el impacto negativo en el medio ambiente.

# Cómo identificar *greenwashing*



Señales de *greenwashing* en la publicidad y promoción.



Herramientas para evaluar la autenticidad de las prácticas sustentables.

# Casos de *greenwashing* en turismo

- Alojamientos
- Empresas de transporte
- Agencias de viajes





# Casos de *greenwashing* en turismo

- Alojamientos:
  - a) Uso excesivo de toallas.
  - b) Pequeñas acciones exageradas
  - c) Certificaciones dudosas
  - d) Uso de términos confusos





# Casos de *greenwashing* en turismo

- Empresas de transporte:
  - a) Demanda civil contra KLM, es uno de los casos más destacados.
  - b) Demanda colectiva contra Delta Airlines
  - c) Denuncia de las organizaciones de consumidores europeos ante la Comisión Europea a 17 aerolíneas (Air Baltic, Air Dolomiti, Air France, Austrian Airlines, Brussels Airlines, Eurowings, Finnair, KLM, Lufthansa, Norwegian, Ryanair, SAS, Swiss, TAP Air Portugal, Volotea, Vueling y Wizz Air)



# Casos de *greenwashing* en turismo

- Agencias de viajes
  - a) Paquetes turísticos “ecológicos”
  - b) Promoción de áreas sensibles



# Estrategias para poner en valor el turismo sostenible

- ✓ Enfoque en la transparencia y la honestidad
- ✓ Comunicación efectiva de prácticas sostenibles
- ✓ Creación de experiencias auténticas y significativas para los turistas



An underwater photograph of a seal swimming towards the camera. The seal is dark-colored with a lighter patch on its head. It is surrounded by tall, brown seaweed stalks with green leaves. The water is a clear, light blue. In the background, another seal is visible, swimming away.

# Estudios de caso exitosos

## Destinos:

- ✓ Islas Feroe: "Closed for Maintenance, Open for Voluntourism"
- ✓ Islas Galápagos (Ecuador)
- ✓ Finlandia: "Everyman's Right"

## Empresas:

- ✓ Intrepid Travel
- ✓ G Adventures
- ✓ Six Senses Hotels Resorts Spas
- ✓ Lemon Tree Hotels



# Islas Feroe: "Closed for Maintenance, Open for Voluntourism"

- Enfoque en la conservación del medio ambiente
- Promoción de un turismo de bajo impacto
- Involucramiento de la comunidad local
- Promoción de la cultura y la autenticidad
- Educación y sensibilización

"Closed for Maintenance, Open for Voluntourism": Esta iniciativa promueve durante un fin de semana al año el cierre de ciertas áreas del al turismo convencional y se invita a voluntarios a participar en proyectos de mantenimiento y conservación, fomentando una conexión más profunda con la comunidad local y el medio ambiente.



# Islas Galápagos (Ecuador)

- ✓ Reconocido como el mejor destino sostenible de América en la gala de los Green Destinations en 2019
- Conservación del medio ambiente
- Turismo regulado y controlado
- Involucra a la comunidad
- Investigación y monitoreo
- Educación y sensibilización



# Finlandia: "Everyman's Right"



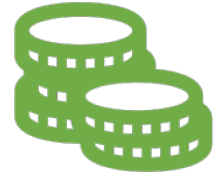
Acceso a la  
naturaleza



Responsabilidad  
ambiental



Promoción del  
ecoturismo



Desarrollo  
económico local

# Intrepid Travel

♡ mi lista de deseos    👤 Mi reserva    💬 Chat en vivo (en línea)    ☎ +44 (0) 203 308 9757



Destinos

Maneras de viajar

Ofertas

Objetivo

Pruebe la India, la comida c



Cómo somos una empresa responsable

Lea más sobre negocios responsables

Comentarios para nosotros

## Creemos que un gran viaje conlleva una gran responsabilidad.

Desde nuestros primeros días como operador turístico, el negocio responsable ha estado en el centro de lo que hacemos. Intrepid se compromete no sólo a actuar con cuidado, sino también a marcar una diferencia real: invirtiendo en comunidades locales, iniciativas de derechos humanos, proyectos de conservación de la vida silvestre y el medio ambiente. Estos valores son más que simples palabras; están arraigados en la cultura y las operaciones diarias de cada oficina y viaje de Intrepid.

Aprenda sobre viajes responsables

Chat en vivo





# Intrepid Travel

- ✓ Intrepid nombrada una de las empresas más innovadoras del mundo por Fast Company por quinta vez:

*En 2023, agregamos etiquetas de carbono a más de 500 páginas de viajes en nuestro sitio web, que muestran el CO2-e total generado por viajero por día de viaje. Los implementamos para informar a los viajeros y ayudarlos a comprender mejor el impacto de sus elecciones de viaje.*

Ejemplo: <https://www.intrepidtravel.com/en/mexico/mexico-city-day-dead-comfort-152618>

# Mexico City: Day of the Dead Comfort

5 Days | This cultural festival will have you spooked in all the right ways.

★★★★★ 4.8 out of 5 based on 14 reviews submitted.

From **USD \$1,600**

Festival

Add to my wishlist

View dates and book



Show all the images



Start	Mexico City, Mexico
Finish	Mexico City, Mexico
Theme	Festival
Destinations	<a href="#">Mexico</a>
Physical rating	■■■■○
Style	Comfort
Ages	Min 18
Group size	Min 1 - Max 12
Trip code	QVKC

This trip generates **20 kg of CO<sub>2</sub>-e per person per day.**

We offset these emissions on your behalf. But we know that is not enough, so we also have a [carbon reduction target](#).

# Intrepid Travel

## Nuestro compromiso climático

Intrepid ha sido una empresa neutra en carbono desde 2010 y en 2022 ofrecimos más de 1800 viajes con compensación de carbono. Declaramos Emergencia Climática en enero de 2020; que se sustenta en un **plan de compromiso de siete puntos**. Creemos que empresas como Intrepid tienen la responsabilidad de contribuir a los esfuerzos para limitar el calentamiento global a 1,5 °C. Por eso, en 2020, nos convertimos en el primer operador turístico global con objetivos verificables con base científica a través de la **iniciativa Science Based Targets**.

Intrepid también fue uno de los primeros signatarios y socio de lanzamiento de la **Declaración de Glasgow sobre la Acción Climática en el Turismo** en noviembre de 2021. Al convertirnos en signatarios, acordamos implementar los compromisos detallados en la Declaración de Glasgow, en particular apoyando el compromiso global: reducir a la mitad las emisiones para 2030 y alcanzar el **cero neto** lo antes posible antes de 2050.

## Nuestro ecosistema de soluciones al cambio climático



### Laboratorio de Carbono Azul

La Fundación Intrepid está apoyando al Blue Carbon Lab para ayudar a restaurar las áreas naturales de humedales costeros alrededor de la Bahía de Port Philip, cerca de Melbourne. El Blue Carbon Lab utiliza investigaciones de vanguardia sobre el carbono azul para mitigar el cambio climático y apoyar la restauración y protección de tres ecosistemas cruciales de carbono azul.



### Proyecto de reforestación del Edén

Eden Reforestation Projects trabaja con la población local para identificar tierras devastadas por la deforestación (tanto legal como ilegal) que la comunidad quiere restaurar. Eden Projects empodera a la población local para que obtenga un empleo digno y garantiza su compromiso de proteger los bosques para las generaciones venideras.



### Australia más ecológica

Greening Australia aborda los complejos desafíos ambientales de Australia a través de la restauración a gran escala en el terreno, desde las cálidas aguas de la Gran Barrera de Coral hasta la fresca isla arca de Tasmania. Restauran paisajes que sustentan la vida silvestre nativa, aumentan la biodiversidad, mejoran la calidad del agua y secuestran carbono.



# G Adventures



Destinos ▾

Estilos de viaje ▾

¿Por qué G Aventuras? ▾

Ofertas ▾



## Actuar responsablemente

Nuestros esfuerzos por proteger y conservar nuestro mundo se enmarcan en dos enfoques. El primero, Actuar Responsablemente, es nuestro compromiso de mejorar la sostenibilidad de nuestras propias operaciones. No se pueden generar cambios sin tomar medidas, y eso es lo que hemos hecho. Si quieres asegurarte de que tu próximo viaje sigue estas pautas, ¡todo lo que tienes que hacer es viajar con nosotros!



## Bienestar de los animales

G Adventures reconoce la importancia del bienestar animal. Es por eso que hemos trabajado con expertos de World Animal Protection, el Instituto Jane Goodall y la Alianza Mundial de Cetáceos para elaborar una política sólida, que se basa en las Directrices de bienestar global para animales en el turismo de ABTA y prioriza las necesidades de los animales. Queremos asegurarnos de que todos los animales que aparecen en nuestros tours sean tratados humanamente.



## Bienestar infantil

Es fundamental que ningún niño sufra daños como resultado del turismo. Los viajeros tienen el poder y la responsabilidad de generar un verdadero impacto en las comunidades que visitan y es por eso que trabajamos activamente para garantizar que el bienestar infantil esté protegido en los lugares donde operamos. También fuimos la primera empresa de viajes global en lograr la certificación ChildSafe de Friend's International.

 habla con nosotros

# G Adventures



## Creando impacto positivo

Crear Impacto Positivo es nuestro segundo enfoque hacia los viajes responsables. Estas iniciativas se enfocan en dejar el impacto adecuado en los lugares que visitas con nosotros.



Fundada en 2003, Planeterra es nuestro socio sin fines de lucro dedicado a garantizar que las comunidades afectadas por el turismo se beneficien de las oportunidades que ofrece. Ayudan a empoderar a la población local para que desarrolle sus comunidades, conserve sus culturas y cree sistemas humanos y de apoyo para sus esfuerzos.

[Visita el sitio web de Planeterra](#)

## Proyectos Planeterra

Nuestra misión siempre ha sido simple: ayudar a las personas a prosperar a través de soluciones, no de donaciones. Hacemos esto brindando recursos y oportunidades a la población local en las áreas donde servimos para desarrollar y fortalecer sus comunidades con proyectos apoyados por Planeterra. Luego, nuestra red de viajeros proporciona a estas comunidades ingresos a largo plazo para que estas soluciones sean sostenibles.

[habla con nosotros](#)

# Six Senses Hotels - Ibiza

1,560 square feet / square meters  
organic eggs collected from our free-range  
happy chickens

+405,768/+12,000  
ounces / liters  
of water produced on site, filled in reusable  
glass bottles

40  
percent of carbon emissions saved by  
producing our own renewable energy

3,867 / 1,754  
pounds / kilograms  
of plastic removed from the Ibiza coastline with  
ibi Foundation

298  
solar panels cover 10 percent of our electricity  
needs

10  
Olympic sized swimming pools of water are  
saved each year by using modern geothermal  
cooling systems

250  
injured hedgehogs rescued by our partner  
CanHog, a local hedgehog sanctuary



# Lemon Tree Hotels

[Hogar](#)[Hoteles](#)[Ofertas y Promociones](#)[Programa de recompensas](#)[Nuestras marcas](#)[Sostenibilidad](#)[Reservar ahora](#)

## SOSTENIBILIDAD

Lemon Tree cree que la marca debería representar algo más que "simples ganancias". Hemos centrado nuestros esfuerzos en crear un ambiente de trabajo socialmente inclusivo que busca atraer a personas de diferentes orígenes, habilidades y etnias y ofrecerles trabajo como un equipo unificado con un objetivo común.

Creemos que las personas con discapacidad (que pueden ser discapacidades físicas, sociales o económicas que conducen a una privación de oportunidades) deben tener las mismas oportunidades que los demás para desarrollar todo su potencial y vivir con dignidad. Al crear un entorno de apoyo en la organización que les permita dar lo mejor de sí, podemos desempeñar un papel, por pequeño que sea, en la inclusión social, la creación de oportunidades y medios de vida y, por lo tanto, en la construcción de la nación. Hoja de hechos

# Conclusión:

## Factores clave que han contribuido al éxito



COLABORACIÓN Y  
COMPROMISO COMUNITARIO



DESARROLLO DE UN PLAN DE  
ACCIÓN



SEGUIMIENTO Y  
EVALUACIÓN





¡Gracias por su atención!