



El progreso
es de todos

Mincomercio

#ReceptivoANATO2021



ENCUENTRO NACIONAL DE
**2 TURISMO
RECEPTIVO**

18 y 19 de noviembre de 2021



anato
Asociación Colombiana de
Agencias de Viajes y Turismo

Centro de Convenciones
Plaza Mayor, Salón 5 y 6
del Gran Salón -

Medellín

Claves para entender el turismo post – pandemia y su relación con la sustentabilidad

Vicente Ferreyra Acosta



SUSTeNTUR®



@vicenteferreyra

@sustentur

www.sustentur.com.mx

18 de noviembre de 2021

Sustentur

- Iniciativa fundada en 2014
- Nuestro modelo, las 5 c's para un turismo sustentable

Consultoría

Capacitación

Comunicación

Compensación

Conexiones

Portal de noticias en español con información especializada en sustentabilidad y turismo.



www.sustentur.com.mx



/Sustentur



/Sustentur

Nuestro impacto

- + 40 proyectos ejecutados
- Trabajo en 8 países y 20 estados en México
- Consolidación de 6 destinos turísticos
- + 5,000 agentes de cambio formados
- + 20,000 toneladas de Co2e compensadas

www.turismocerohuella.com

Somos creadores y organizadores del



**SUSTAINABLE & SOCIAL
TOURISM SUMMIT®**



A circular opening in a metallic, textured wall, possibly a tunnel or a large pipe, looking out onto a sunset over a body of water. The sky is filled with soft, colorful clouds in shades of blue, purple, and orange. The water is calm, reflecting the colors of the sky. In the distance, there are dark silhouettes of islands or mountains. The overall mood is serene and contemplative.

¿Cómo se ve el turismo en el futuro?

Photo by [Erlend Ekseth](#) on [Unsplash](#)



Colombia entra a coalición internacional para fomentar un turismo sostenible luego de la pandemia

🕒 19 junio, 2020 📁 **Económicas, Salud, Turismo**



13 Principios Guías

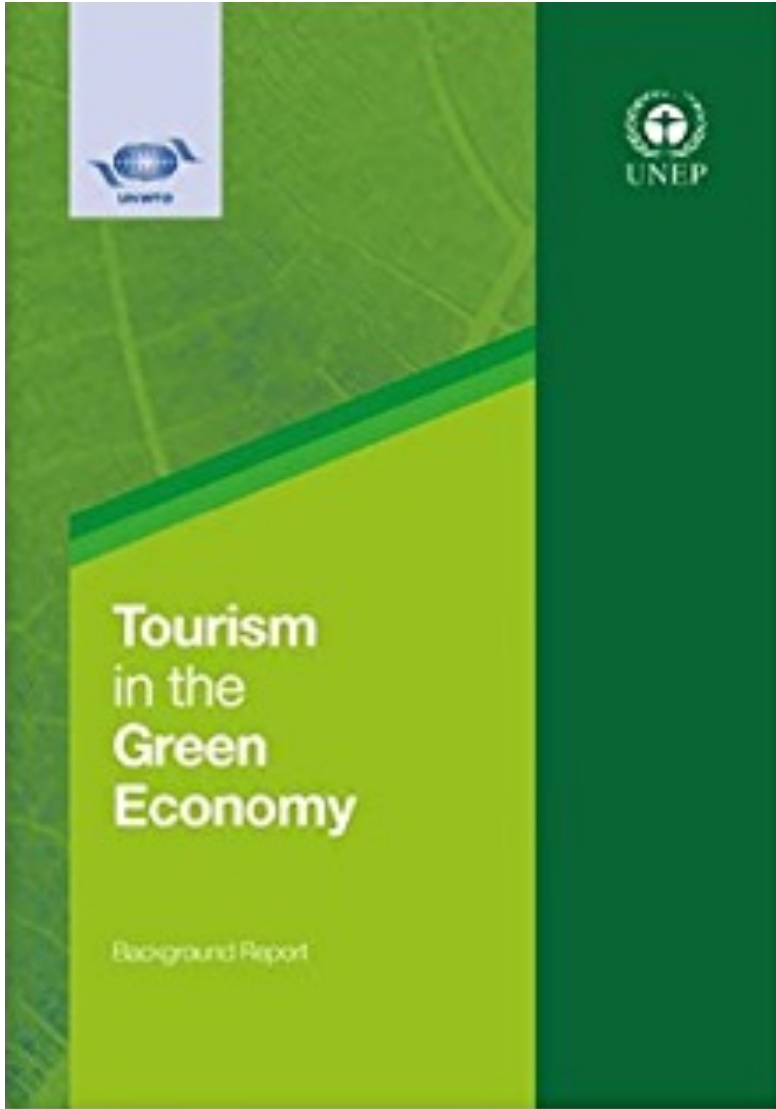


A vibrant green tree frog with large red eyes and orange-tipped toes is perched on a dark, mossy tree branch. The frog is facing right, and its body is covered in bright green skin. The background is a solid, deep green color. The text "Tendencias desde la demanda" is overlaid in white on a semi-transparent grey band across the middle of the image.

Tendencias desde la demanda

Photo by [William Warby](#) on [Unsplash](#)

¿Un nuevo turista?



2009

“El turismo tradicional de resorts ha llegado a una etapa de consolidación, y que en contraste, el ecoturismo, el turismo relacionado con la naturaleza, el patrimonio, y la cultura y el llamado “soft adventure”, así como las actividades de turismo rural y comunitario están creciendo a ritmos de hasta 20% anual, lo que significa entre 4 y 5 veces más que el turismo de masas”

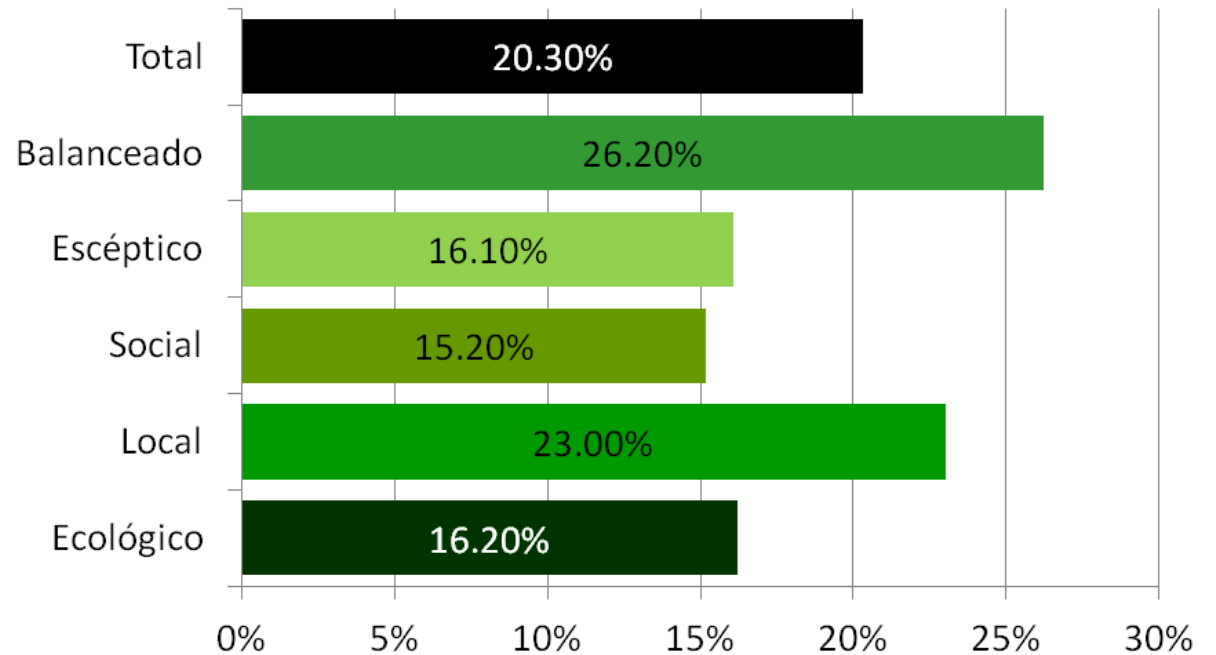


¿Un nuevo turista?

2011

“Universidad de Lucerne: 22% de los entrevistados eligen sustentabilidad dentro de los tres primeros factores que influyen en su decisión de reservar un viaje de turismo”

¿Ha reservado algún producto sustentable?



¿Un nuevo turista?

2015

“Ethical Traveller” (viajeros éticos): toman en cuenta consideraciones de sustentabilidad en cada momento de sus vacaciones, reducen su impacto ambiental, y maximizan su beneficio social.

“Cultural Purist”: buscan más la interacción directa con la comunidad local, a través de experiencias auténticas con un involucramiento y beneficio social.

Future Traveller Tribes 2030

Understanding tomorrow's traveller

Six New Traveller Personalities



A person wearing a green jacket and a brown bucket hat is seen from behind, holding a smartphone to take a photo of a lush green landscape with a waterfall. The scene is misty and the vegetation is dense. A semi-transparent grey banner with white text is overlaid across the middle of the image.

Más digital, más sostenible, más consciente: el turista post pandemia

Photo by [Beth Macdonald](#) on [Unsplash](#)

¿Cómo se verá el 2025?

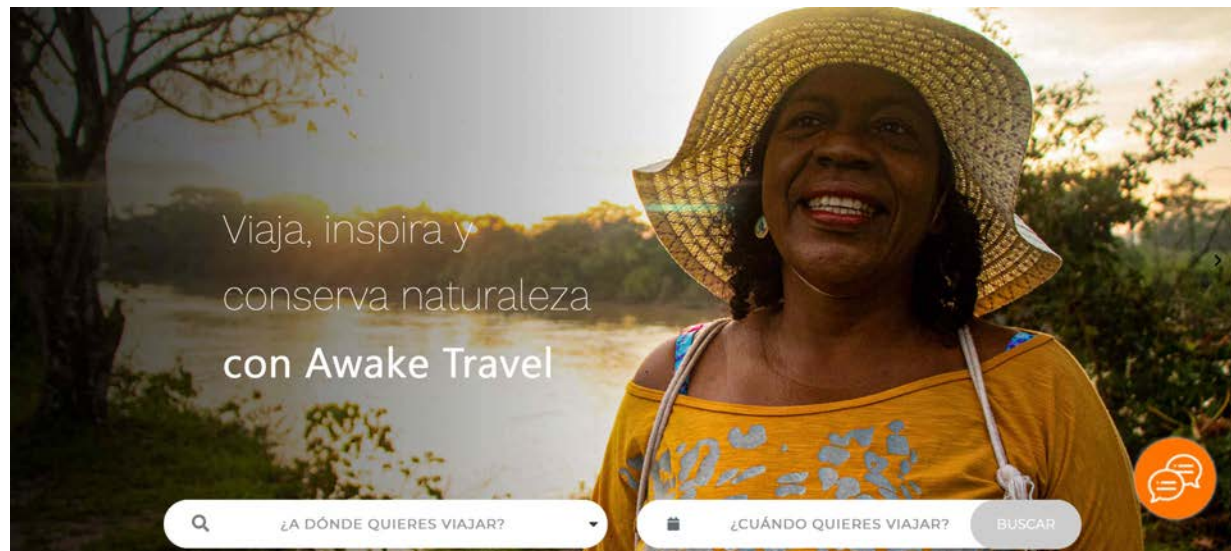
Viajes más deliberados, introspectivos y conmovedores

Trabajar desde cualquier lugar: nuevos viajes de negocios

Modelo Netflix (de membresías) para turismo



Viajes más deliberados, introspectivos y conmovedores



¿Rutopía es para ti?

- ✓ No quieres un viaje típico. Quieres una experiencia memorable para ti y tu pareja, familia o amigos.
- ✓ No quieres paquetes y tours en grupo. Te gusta viajar de manera independiente.
- ✓ Quieres apoyo de un especialista de viajes para diseñar unas vacaciones perfectas y únicas.



@vicenteferreyra

@sustentur

www.sustentur.com.mx

Trabajar desde cualquier lugar:
nuevos viajes de negocios
(bleisure, workation)



Modelo Netflix (de membresías) para turismo

Selina

I WANT TO TALK

BOOK NOW

EN ▼

Selina CoLive

A month-by-month CoLiving program
starting from just \$450/month



Watch the video

WHAT'S INCLUDED?

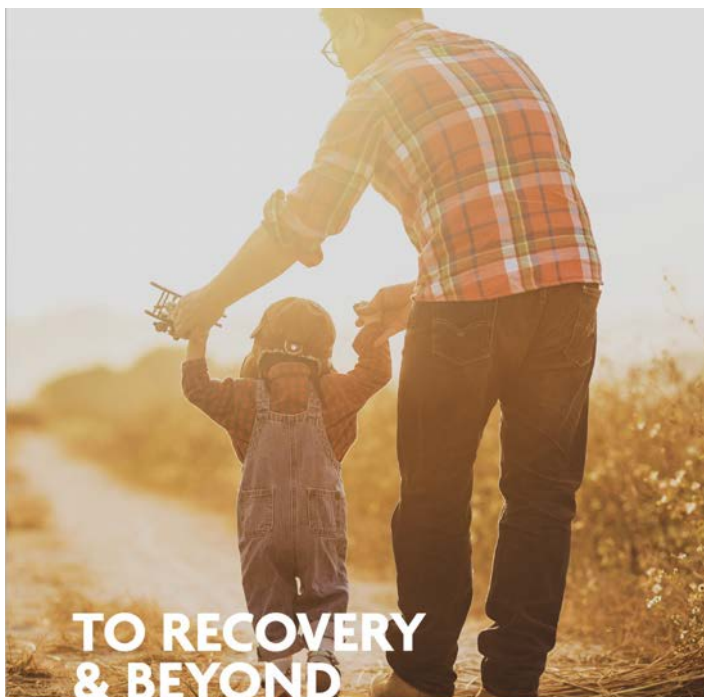
Accommodation | CoWork Access | Wellness Classes | Online Community | On-Site Discounts & more

A person wearing a blue long-sleeved shirt is shown from the chest up, reaching out to open a white door. The door is slightly ajar, revealing a bright, modern interior. Inside, there is a wooden dining table, a white sofa, and a wall decorated with several small, colorful circular objects. The lighting is warm and inviting. The text "HOME IS WHERE YOU CHOOSE TO STAY" is overlaid in large, white, bold, sans-serif capital letters across the center of the image.

**HOME IS WHERE
YOU CHOOSE TO STAY**

A photograph of two woodpeckers perched on a weathered wooden post. The woodpeckers have grey bodies, white underparts, and a distinctive red crest. They are facing each other, with their heads tilted upwards. The background is a soft-focus green, suggesting a forest or garden setting. A semi-transparent grey banner is overlaid across the middle of the image, containing the text "El turista está cambiando" in white.

El turista está cambiando



TO RECOVERY & BEYOND

THE FUTURE OF TRAVEL & TOURISM
IN THE WAKE OF COVID-19



OLIVER WYMAN

SEPTEMBER 2020

4. SUSTAINABILITY

From widespread unemployment and anti-racism movements, to the restoration of natural habitats, the world has been re-invigorated to tackle social, environmental, and institutional sustainability. In particular, heightened public awareness of wildlife markets and poaching has boosted advocacy for wildlife protections. Businesses and governments are facing growing scrutiny, not only of their environmental track record but also of their support for diversity and inclusion. This is the time for the Travel & Tourism sector to seize the moment and enact meaningful changes that will transform the world and make a lasting difference for future generations.

73% of consumers are taking note of brands that are making a difference during COVID-19

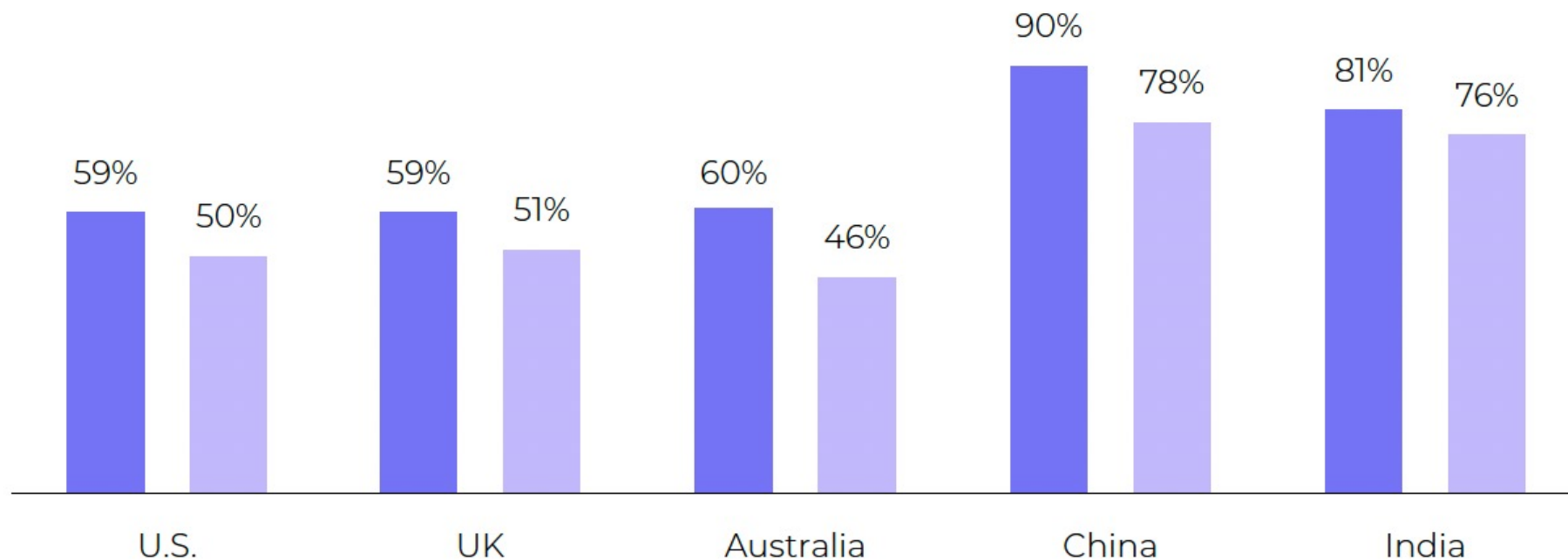


@vicenteferreyra

@sustentur

www.sustentur.com.mx

Importance of Environmental Responsibility for Millennial and Gen Z Travelers



U.S. N=1046, **UK** N=509, **Australia** N=523, **China** N=1143, **India** N=1015



It is important to me to choose travel businesses that prioritize environmentally sustainable business practices
(% Very + Somewhat Important)



I'm willing to pay higher rates/fares to use a travel service provider who demonstrates environmental responsibility
(% Strongly + Somewhat agree)

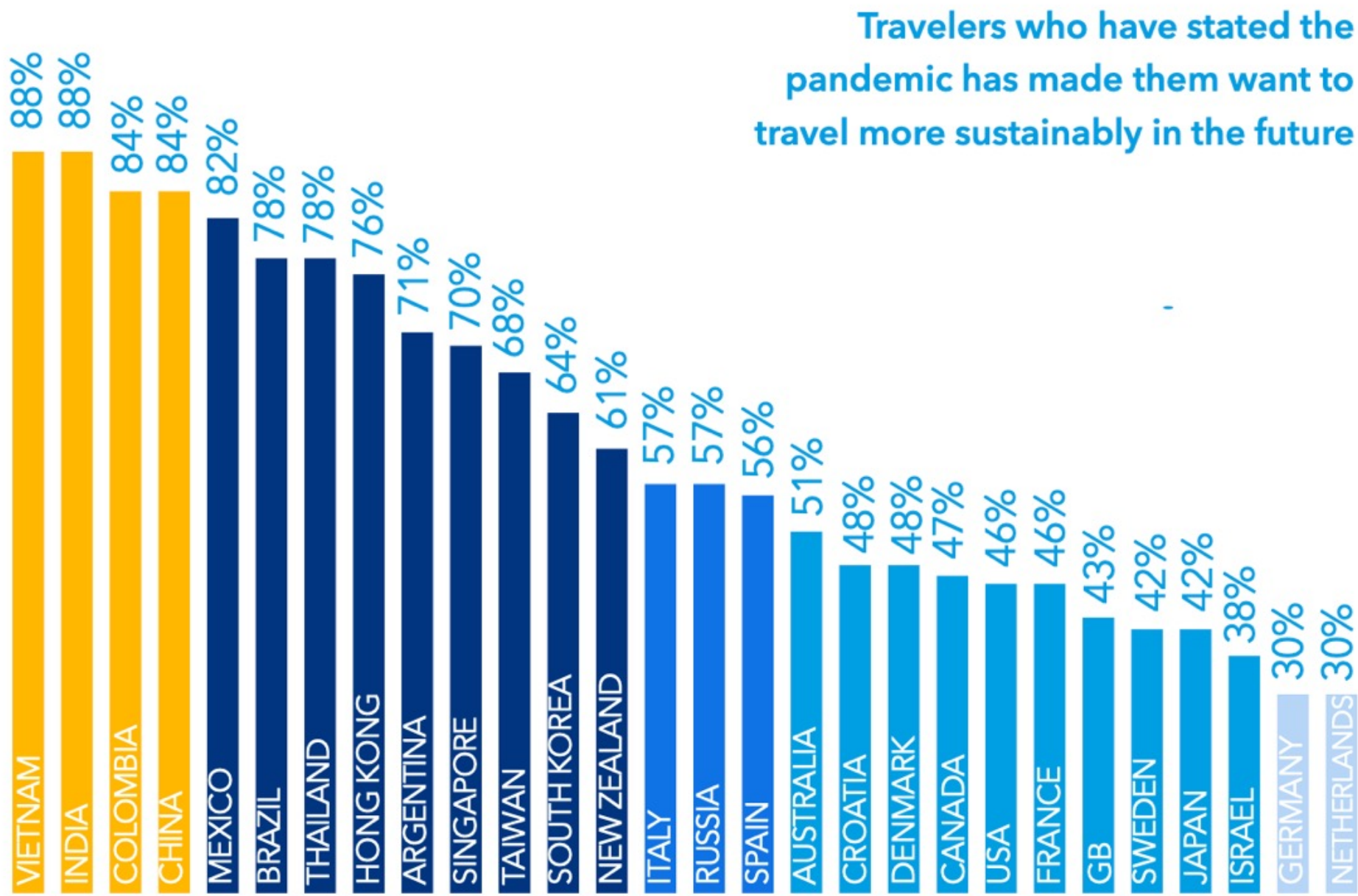


Booking.com

Sustainable Travel Report 2021

- **49% de viajeros** han admitido que la pandemia les ha hecho cambiar positivamente su hábitos diarios
- Las principales preocupaciones de los viajeros en materia de sostenibilidad, en orden de importancia son: el **exceso de residuos** (46% lo manifestaron), las **amenazas a los ecosistemas locales** (38%), el **overtourism** (30%) y las **emisiones de CO₂e** (29%).
- **81% de los viajeros** manifestaron su interés por hospedarse en **lugares más sostenibles** (contra 62% en el año 2016) aunque el **49% menciona también que no existen suficientes opciones** para hospedarse de esta manera.

Porcentaje de viajeros que piensan viajar de forma más sostenible, Booking, 2021



Colombia: 84%

29,000
travelers

30
countries

A photograph of a large, ancient tree in a dense forest. The tree has a thick, gnarled trunk and a wide, spreading canopy of green leaves. Sunlight filters through the leaves, creating dappled light on the forest floor. The tree is the central focus, with other trees and foliage visible in the background and foreground.

Oportunidades

Photo by [veeterzy](#) on [Unsplash](#)

VISIÓN PARA UNA RECUPERACIÓN RESPONSABLE DEL TURISMO EN MÉXICO Y LATINOAMÉRICA

Necesitamos
UN PLANETA SANO
para ser
PERSONAS SALUDABLES
que desarrollemos
UN TURISMO PRÓSPERO.

En 2020 se trabajó con los
asistentes al Summit
para el desarrollo de un
Decálogo para la
recuperación sustentable
del turismo en México y
Latinoamérica.

En 2021 confirmamos que
sigue más vigente que
nunca



**SUSTAINABLE & SOCIAL
TOURISM SUMMIT™**

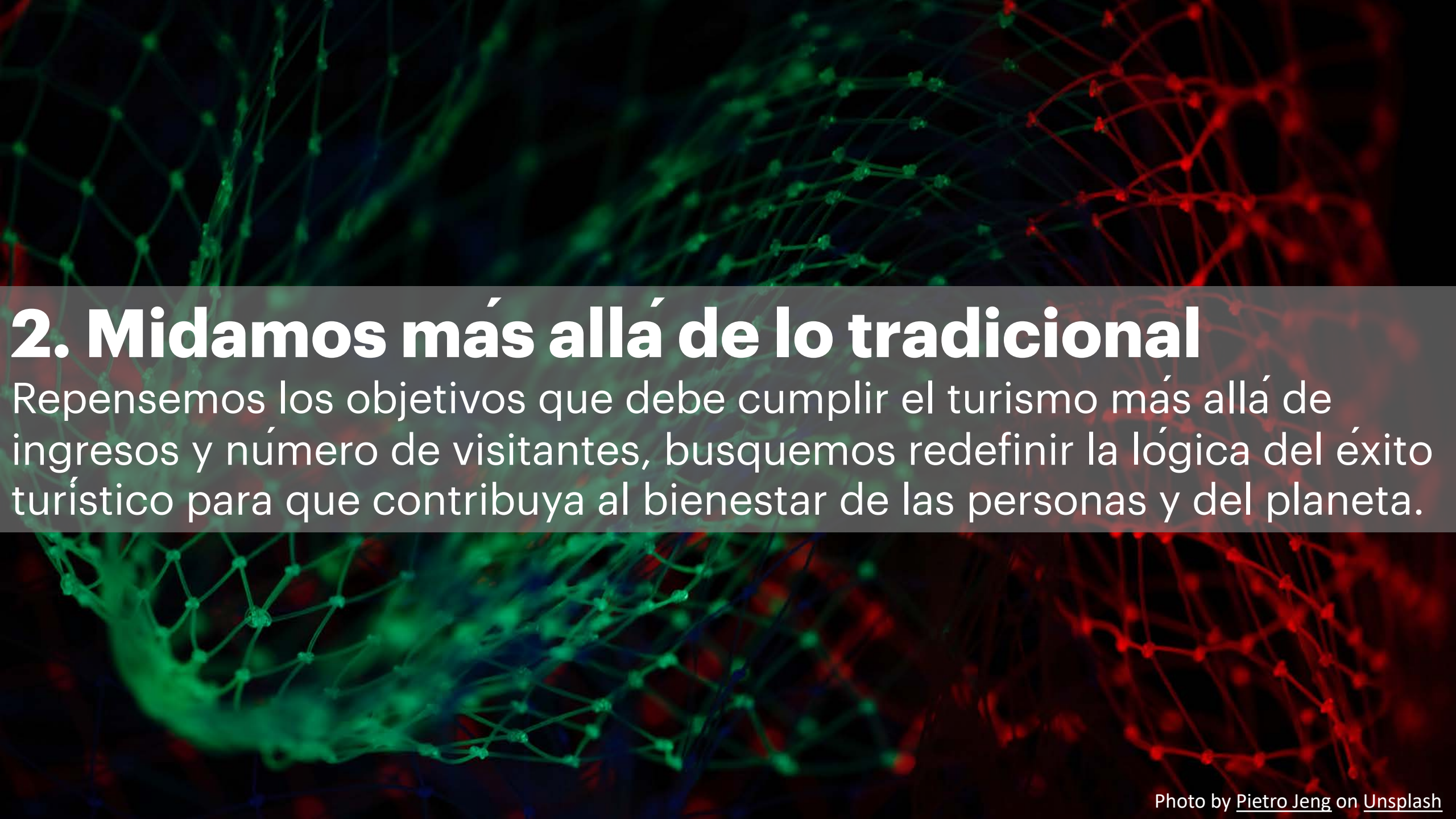


<https://sustainablesocialtourism.org/documentos/>

A vibrant green tree frog with large red eyes is perched on a dark, moss-covered branch. The frog's body is a bright green, and its eyes are a striking red. It is surrounded by lush green moss and ferns, creating a natural, forest-like setting. The background is a solid green color.

1. Reimaginemos el turismo

Hacer las cosas iguales nos traerá resultados muy similares a los de ahora; necesitamos un esfuerzo para ir “fuera de la caja” y nuevas soluciones a los retos actuales, y maneras de enfrentar los retos futuros.

The background of the slide features a complex, abstract network of glowing green and red lines and nodes, resembling a molecular structure or a digital network, set against a dark blue background.

2. Midamos más allá de lo tradicional

Repensemos los objetivos que debe cumplir el turismo más allá de ingresos y número de visitantes, busquemos redefinir la lógica del éxito turístico para que contribuya al bienestar de las personas y del planeta.

3. Resolvamos los retos actuales con visión en el futuro

Sigamos construyendo la recuperación del turismo considerando los impactos inmediatos, pero sin dejar de considerar las metas a mediano y largo plazo, en especial la Agenda 2030.

A photograph of a beach scene with the ocean in the background. In the foreground, the silhouettes of four children are visible as they stand on the sand, looking out towards the water. The sun is low in the sky, creating a warm, golden glow and long shadows. The text is overlaid on a semi-transparent dark band across the middle of the image.

4. Solucionemos problemas complejos de manera colectiva

Privilegiar en la recuperación una visión de destino, implementar acciones para cuidar los recursos comunes y considerar a todos los actores involucrados en la actividad turística y quienes reciben sus impactos, será clave para generar soluciones.

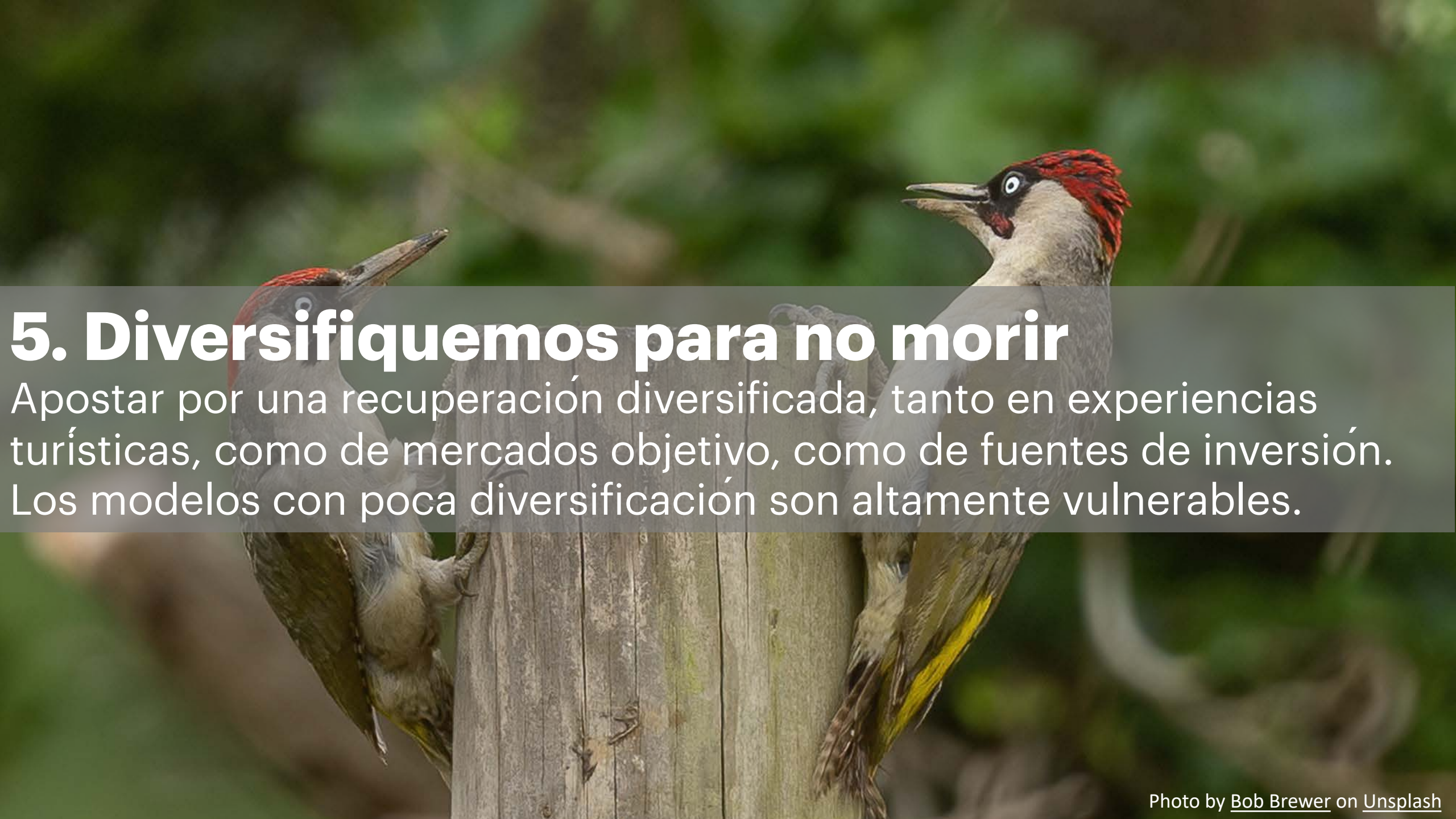


Glasgow Declaration
Climate Action in Tourism

**Somos firmantes de la
Declaración de Glasgow**



COP26

A photograph of two woodpeckers perched on a vertical wooden post. The woodpecker on the right is facing right, looking upwards with its beak slightly open. It has a red crest, a white face with a black stripe through the eye, and a grey body with yellow-green wings. The woodpecker on the left is facing left, also looking upwards. It has similar plumage. The background is a blurred green forest.

5. Diversifiquemos para no morir

Apostar por una recuperación diversificada, tanto en experiencias turísticas, como de mercados objetivo, como de fuentes de inversión. Los modelos con poca diversificación son altamente vulnerables.



6. Transitamos de lo lineal a lo circular

Desde empresas y gobiernos requerimos impulsar acciones urgentes para implementar prácticas de sustentabilidad y generar economías circulares a lo largo de la cadena de valor.



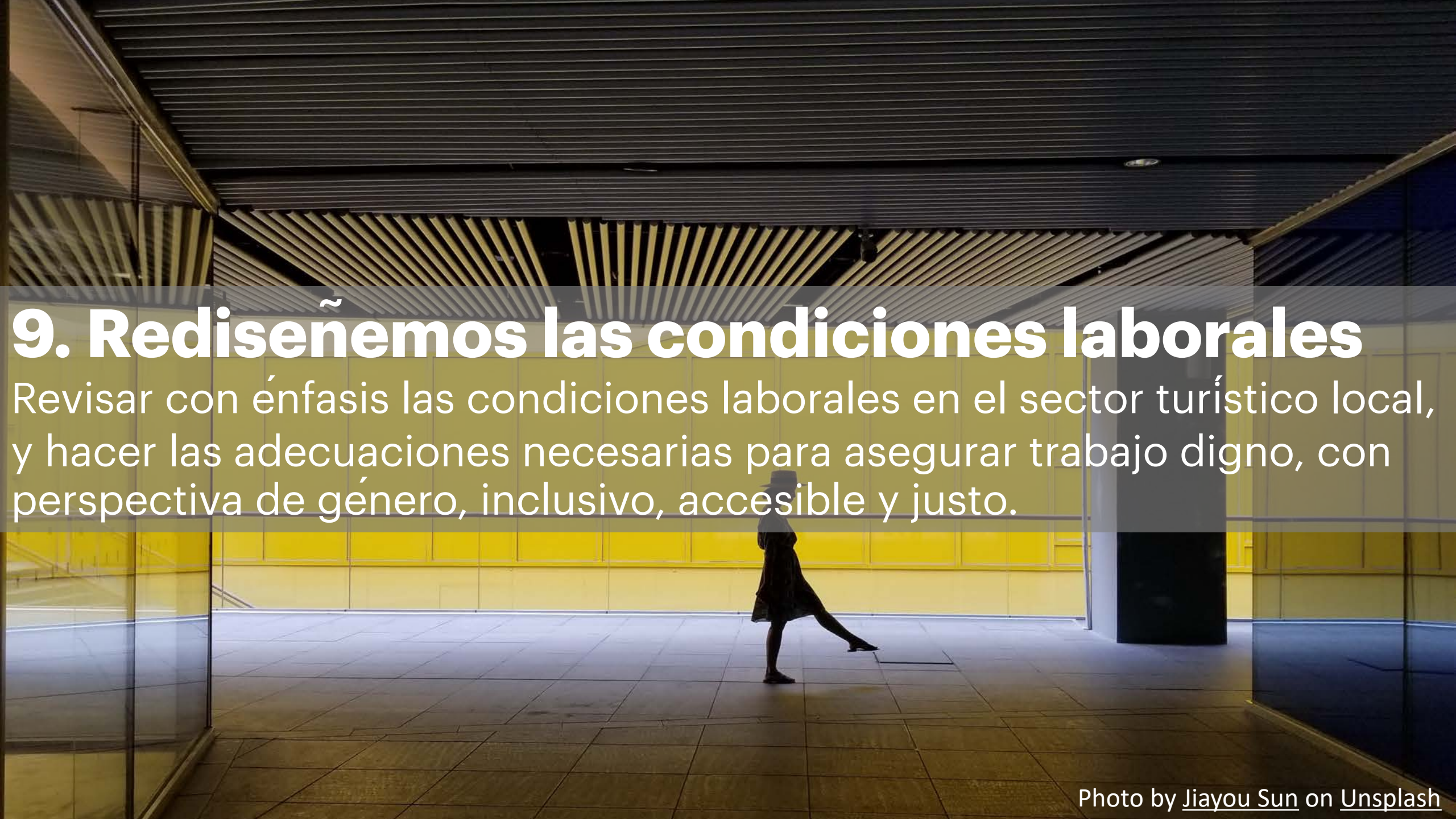
7. Fortalezcamos las cadenas locales

Incluir en los planes de recuperación un compromiso por un consumo responsable, de forma local dentro de lo que sea posible y con estándares de sustentabilidad verificables y comprobables.

A photograph of a lush tropical forest. The scene is filled with large, ancient-looking trees with thick trunks and sprawling canopies. Sunlight filters through the dense green leaves, creating dappled light on the forest floor. The overall atmosphere is serene and majestic.

8. Regeneremos a través del turismo

No es suficiente con prácticas sustentables, necesitamos innovar para regenerar sistemas naturales, sociales, económicos en el turismo. Necesitamos privilegiar soluciones innovadoras y colectivas para resolver los retos comunes, complejos y actuales como cambio climático, pérdida de biodiversidad y pandemias.

A person in silhouette is walking across a large, open interior space. The ceiling is high and features a series of parallel wooden slats. The walls are composed of large glass panels, and the floor is made of light-colored tiles. The lighting is bright, creating a high-contrast scene where the person's silhouette is clearly visible against the illuminated background.

9. Rediseñemos las condiciones laborales

Revisar con énfasis las condiciones laborales en el sector turístico local, y hacer las adecuaciones necesarias para asegurar trabajo digno, con perspectiva de género, inclusivo, accesible y justo.



10. Cambiemos de paradigma

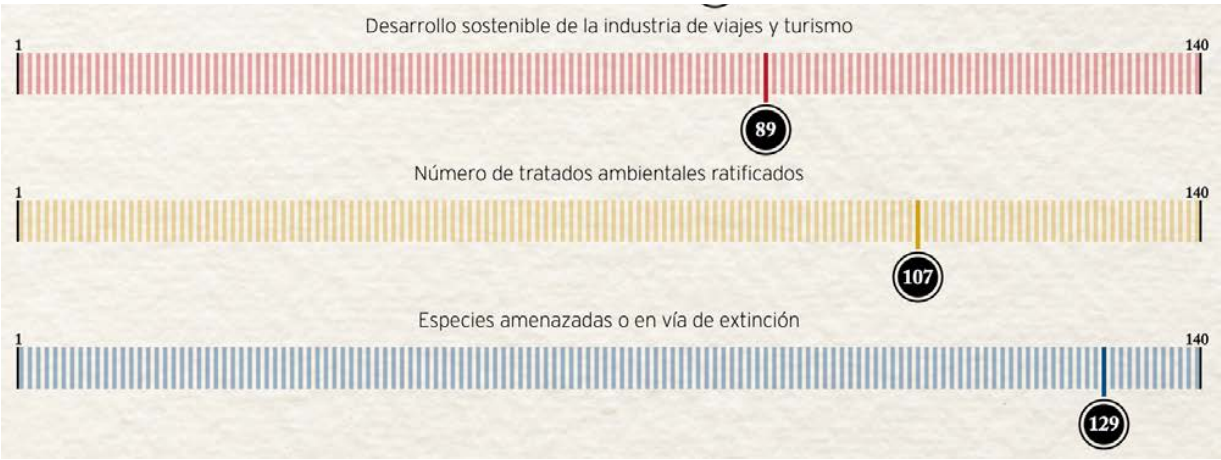
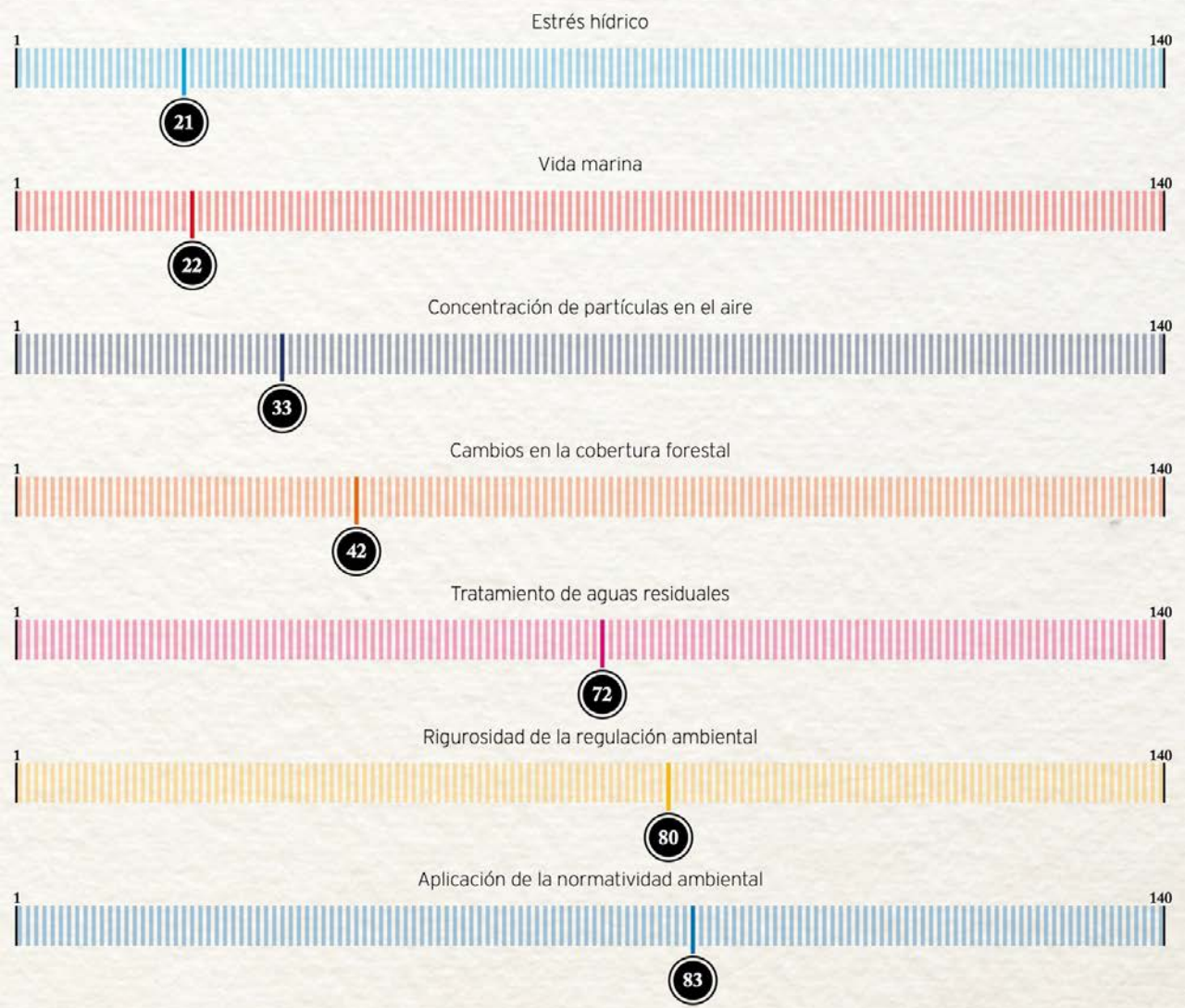
No necesitamos construir un turismo próspero para que haya personas saludables que cuiden del planeta, necesitamos un planeta sano para que haya personas saludables que construyan un turismo próspero.

Colombia ocupa el puesto 19 entre 140 países en el pilar de recursos naturales





Sin embargo, ocupa el puesto 52 en el pilar de sostenibilidad ambiental





POLÍTICA DE TURISMO SOSTENIBLE: UNIDOS POR LA NATURALEZA



El progreso
es de todos

Mincomercio



¿Cómo ser un turista responsable?

- ✓ Viaja ligero
- ✓ Elige empresas responsables
- ✓ Conoce la cultura local
- ✓ Respeto la flora y fauna
- ✓ Apoya la artesanía local
- ✓ Infórmate

MUCHAS GRACIAS
Vicente Ferreyra Acosta
Sustentur
vicente@Sustentur.com.mx