

TOURISM NOW



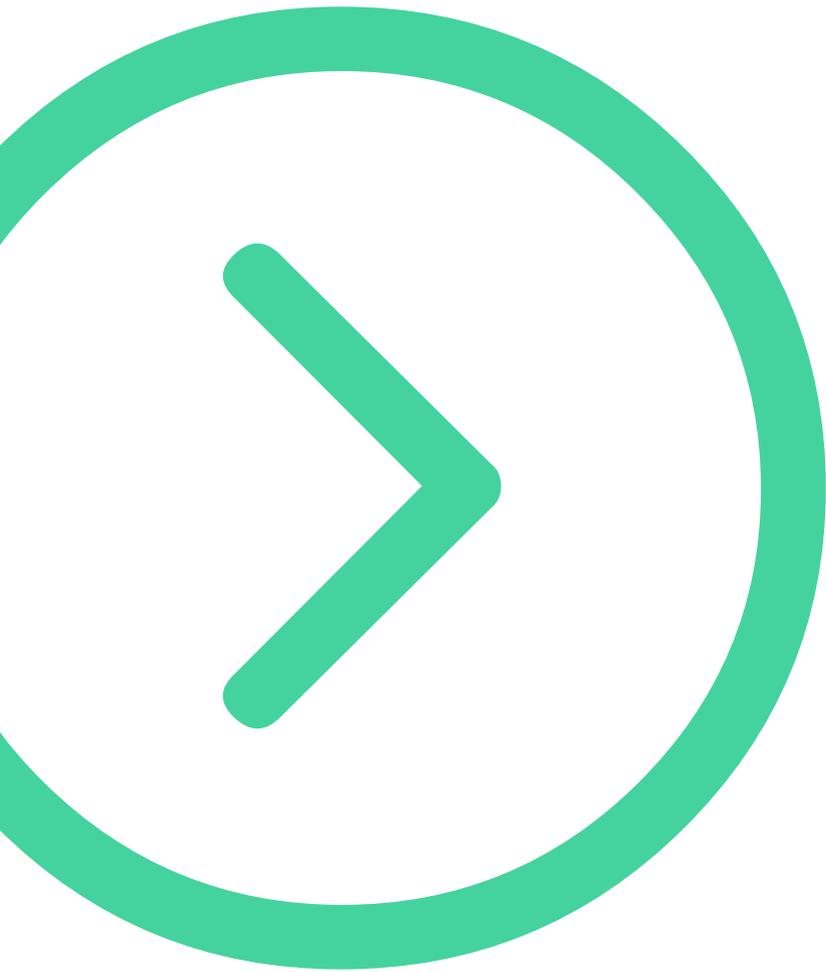
TURISMO SOSTENIBLE

Premios Turismo Sostenible
de Skål International



SKÅL

INTERNATIONAL
Connecting Tourism Globally



EDITORA

Burcin Turkkan

Vicepresidenta Senior de Skål International
Relaciones Públicas, Comunicaciones, Redes Sociales
burcinturkkan@useh.org

Skål International

Edificio España | Avda. Palma de Mallorca 15, 1º
29620 Torremolinos | Málaga, España
[+34 952 389 111](tel:+34952389111) | communication@skal.org



#TOURISMNOW282 CONTENIDOS

EDITORIAL

MENSAJE DEL PRESIDENTE, DE LA EDITORA Y DE LA CEO DE SKÅL INTERNATIONAL.

➤ Página 4.

CRECIMIENTO Y DESARROLLO

NUEVOS SKÅLEGAS ALREDEDOR DEL MUNDO Y PREMIO SKÅL CLUB DEL AÑO.

➤ Página 9.

MEMBRESÍA

ÚLTIMOS BENEFICIOS Y RECURSOS PARA LOS MIEMBROS DE SKÅL INTERNATIONAL.

➤ Página 11.

NOTICIAS DE LA JUNTA DIRECTIVA

CARTERA DE LA DIRECTORA INTERINA LAVONNE WITTMANN.

➤ Página 13.

RINCÓN DEL CONSEJERO

CONSEJERO INTERNACIONAL DAVID FONTANELLA. SKÅL INTERNATIONAL SUIZA.

➤ Página 15.

ÁREAS DE SKÅL INTERNATIONAL

CONOCE SKÅL INTERNATIONAL ASIA.

➤ Página 16.

SKÅLEGA EJEMPLAR

NICOLLE MARTIN, SKÅL INTERNATIONAL CÔTE D'AZUR.

➤ Página 20.

TURISMO SOSTENIBLE

TEMÁTICA #TOURISMNOW282

DIFERENTES ENFOQUES DEL TURISMO SOSTENIBLE.

➤ Página 21.

HISTORIAS DE SKÅLEGAS

PROYECTOS DE SKÅLEGAS POR TODO EL MUNDO.

➤ Página 30.

HISTORIA DE SKÅL INTERNATIONAL

HISTORIA DE LOS PREMIOS DE TURISMO SOSTENIBLE DE SKÅL INTERNATIONAL.

➤ Página 32.

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

PREMIOS DE TURISMO SOSTENIBLE 2021 DE SKÅL INTERNATIONAL.

➤ Página 34.



**BILL RHEAUME**

Presidente de Skål International

EDI TOR IAL

A MEDIDA QUE AVANZAMOS EN 2021, MIS PRIORIDADES SIGUEN CENTRÁNDOSE EN FOMENTAR NUESTRA PASIÓN COLECTIVA POR EL TURISMO.

Hemos entrado en el sexto mes de mi presidencia, y es hora de presentar una relación de las actividades, proyectos e iniciativas en curso.

La Junta Directiva ha estado muy ocupada trabajando en sus carteras y responsabilidades. Como se informó a finales de abril, la expresidenta Lavonne Wittmann se unió a nosotros como directora interina, responsable de Relaciones con los Miembros, Desarrollo y Engagement.

A medida que avanzamos en 2021, mis prioridades siguen centrándose en **fomentar nuestra pasión colectiva por el turismo a través de la promoción de nuestras alianzas globales, el fomento de las relaciones, el aumento de la concienciación y la proyección a través de los eventos de la industria del turismo para aumentar el valor de la afiliación a Skål International**. Esto también significa mantener un alto nivel de participación con los miembros a través de las comunicaciones virtuales y digitales.

NOVEDADES EN LOS PROYECTOS E INICIATIVAS:

LEGAL

Protección de la marca: hemos estado trabajando para asegurar la transferencia de la marca de Skål International con México y Estados Unidos.

Aplicación de la marca: estandarización del logotipo en redes sociales de todo Skål International y coherencia en la aplicación de la versión actual del logotipo.

Actualización del modelo de estatutos: el director Juan Steta está revisando y actualizando estos documentos para reflejar las modificaciones internacionales más recientes. El contenido es coherente. La versión más actualizada está en manos de los clubs, y de los Comités Nacionales y de Área.

Estatutos y Reglamentos: se está revisando la necesidad de incluir cláusulas para celebrar asambleas generales virtuales y presenciales, asegurando el cumplimiento de la legislación de asociaciones española.

Puesta al día de las clasificaciones: Denise Scrafton y el Consejo Internacional de Skål se han encargado de revisar la lista de clasificaciones para desarrollar una estructura más relevante y criterios actualizados.

Documentos de gobernanza: se está elaborando un Código de Ética y Conducta para el Comité Ejecutivo de Skål International y todos los niveles de los cargos electos de las Juntas Directivas de Skål International, que estipula el comportamiento, la responsabilidad y la integridad que se espera del ejecutivo.

TECNOLOGÍA

La integración del sitio web está avanzando lo más rápidamente posible para cumplir con las expectativas de los clubs y de los Comités Nacionales de tener un sitio web funcional vinculado al portal internacional. Esther Romero (Secretaría General) preparó un documento con la información sobre la plantilla web y las opciones de personalización, y lo remitió a los clubs para su uso y consulta.

Seguimos trabajando en otros aspectos de innovación tecnológica que puedan aplicarse al desarrollo de nuestra organización (ejemplos que se están considerando: códigos QR y dónde utilizarlos, mejoras en la web como herramientas de búsqueda para ayudar a la navegación).



RELACIONES CON LA INDUSTRIA

Miembro Asociado del WTTC: gracias a la diligencia de Daniela Otero, Skål International se ha convertido en miembro 'Asociado', permitiéndonos participar activamente en las reuniones y disfrutar de la posibilidad de intercambiar ideas sobre el turismo mundial.

Sello Safe Travels: a través del WTTC, contamos con este sello y facilitamos el proceso para obtenerlo a empresas y entidades que formen parte de Skål International y que cumplan con los requisitos y los estándares de seguridad establecidos, y así ayudar en esta etapa de recuperación post-pandémica.

RELACIONES CON LOS MIEMBROS

Cartera de Lavonne Wittmann.

Lavonne Wittman presentará nuevas iniciativas centradas en el fomento de la colaboración, la lealtad, los valores fundamentales y la identidad a través de presentaciones con los clubs.

Iniciativas de fidelización: se centrarán en la comunicación de los clubs, eventos y publicaciones en redes sociales.

Fomento del crecimiento centrándose en los valores fundamentales y renovando el vídeo de Skål International.

Código Internacional para la Protección de los Turistas (OMT): Skål International organizó un webinar sobre el lanzamiento de un código internacional para la protección de los turistas, con el fin de desarrollar un conjunto de normas para ofrecer a los turistas una mejor protección como consumidores durante sus viajes a varios países.

Relaciones institucionales: nuestro objetivo es participar en el mayor número posible de ferias internacionales, fomentando las alianzas y presentando a Skål International como una organización global con una propuesta de valor para

potenciales miembros, y apoyando igualmente a los miembros del país. Daniela Otero ha participado virtualmente en ITB y WTM África. Participó en persona en FITUR Madrid con motivo del Digital Enterprise Show y en la 54ª Junta de Miembros Afiliados de la OMT. Además, Skål International organizó varios webinars del sector en la serie 'Rebuilding Tourism'.

MEMBRESÍA

Depuración de la base de datos para garantizar una base de miembros precisa. Hay una nueva iniciativa para que los clubs puedan 'mantener' la afiliación de aquellos miembros que no puedan cumplir con sus compromisos debido a los desafíos del COVID.

Nuevos beneficios para miembros: se han introducido programas de descuento de CHOICE Hotels y STAR Hotels. Muy pronto se incorporará un nuevo programa de asistencia sanitaria en los viajes de los miembros llamado 'Nursesimple'. Este programa de servicios sanitarios por suscripción ofrecerá

a los miembros acceso virtual a la ayuda de un profesional sanitario experimentado y autorizado cuando viajen.

Bolsa de ponentes: La vicepresidenta Senior Burcin Turkkan y el vicepresidente del Consejo Internacional de Skål, Jean-François Côte, están desarrollando una base de datos de ponentes para que los miembros puedan acceder a ella y mejorar sus reuniones y/o eventos.

Valor añadido: seguimos explorando vías y oportunidades para aumentar el valor de la afiliación a Skål International.

PRIORIDADES DEL PRESIDENTE BILL RHEAUME

Apoyar las iniciativas de crecimiento de la membresía de Skål International y apoyar a los miembros y sus negocios durante la etapa de recuperación de la pandemia.

Formato del Congreso: explorar un congreso de dos formatos que incluya una Asamblea General virtual y un evento de alto nivel.

Continuar participando en el mayor número posible de eventos online de clubs y Comités Nacionales.



BILL RHEAUME

Presidente de Skål International

PROMOCIÓN DE NUESTRAS ALIANZAS GLOBALES, EL FOMENTO DE LAS RELACIONES, EL AUMENTO DE LA CONCIENCIACIÓN Y LA PROYECCIÓN A TRAVÉS DE LOS EVENTOS DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO PARA AUMENTAR EL VALOR DE LA AFILIACIÓN A SKÅL INTERNATIONAL

**BURCIN TURKKAN**

Vicepresidenta Senior de Skål International

LA EPIDEMIA DE CORONAVIRUS Y LAS CONSIGUIENTES MEDIDAS DE SEGURIDAD HAN REPERCUTIDO NOTABLEMENTE EN LA HOSTELERÍA DURANTE 2020 Y CONTINÚAN HACIÉNDOLO EN 2021 Y MÁS ALLÁ.

Mientras tanto, la evolución a nivel social (consecuencia del cambio de valores tras la fase más aguda de la pandemia y parte de la mayor concienciación de los consumidores sobre todas las cosas sostenibles y con propósito) ha establecido nuevos puntos de referencia para las empresas de hostelería. **La gente es cada vez más sensible a las cuestiones medioambientales y sociales.** Los consumidores son ahora conscientes y no comprarán lo que no sea realmente sostenible. El impacto del calentamiento global se discute hoy en día en todas partes. Por ello, es fundamental que no sólo los gobiernos, sino también las empresas, se vuelvan más sostenibles: *“no sólo verdes, sino modelos de negocio reales y sostenibles”*.

En el 20º aniversario de los Premios Turismo Sostenible de Skål International, la temática de la revista #TourismNow de junio es la Sostenibilidad. Hemos tratado de cubrir y compartir todas las tendencias, los temas importantes que hay que conocer sobre la sostenibilidad en general, pero sobre todo, compartimos con vosotros la implicación de Skål International y sus miembros en la sostenibilidad. En la última revista #TourismNow de marzo, os presentamos el Comité de Área de Skål International Europa. En esta edición, os presentamos el Comité de Área de Skål International Asia. No os perdáis la sección de Skålegas Ejemplares de esta edición y las novedades de algunos ganadores en anteriores ediciones de los Premios Turismo Sostenible de Skål International.

Por favor, recuerda que en estos momentos es cuando más valoramos formar parte de Skål International, una organización internacional que existe en 100

países en más de 325 ciudades con más de 12.500 miembros. Nuestro objetivo debe ser salir de la pandemia con el mejor posicionamiento posible para Skål International y nuestros miembros en estos momentos críticos. La industria de los viajes y el turismo está evolucionando a gran velocidad mientras hablamos. Ahora más que nunca, siendo una organización internacional y multicultural de 89 años basada en el voluntariado y la amistad, debemos trabajar todos juntos como un equipo y apoyarnos profesionalmente a pesar de nuestras diferencias.

La Junta Directiva de Skål International, bajo el liderazgo del presidente Bill Rheume, se mantiene firme. Estamos en camino de alcanzar los objetivos fijados para el año y seguimos cumpliéndolos según lo previsto. Tenemos planeados emocionantes proyectos que compartiremos con vosotros en la segunda mitad del año. Lo importante es que Skål International, como una de las asociaciones de viajeros más importantes del mundo, se mantenga fuerte a pesar de las pandemias, y seguirá haciéndolo. A pesar de los tiempos difíciles, seguimos creciendo con la formación de nuevos clubs en Europa, en Asia para 2021 y otros en preparación en América del Norte y África que esperamos se formen en 2022. Nuestro número de miembros sigue mostrando un crecimiento por encima de las proyecciones para 2021. Formamos un gran equipo y seguiremos siendo fuertes y líderes sólo si trabajamos juntos.

Como siempre, no dudes en ponerte en contacto con los miembros de la Junta Directiva de Skål International en cualquier momento si tienes alguna pregunta. Será un placer ayudarte.

**BURCIN TURKKAN**

Vicepresidenta Senior de Skål International

EDI TOR IAL



LA SOSTENIBILIDAD, CLAVE PARA EL FUTURO DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA

DANIELA OTERO

CEO de Skål International

La pandemia ha impactado profundamente en todos los aspectos de nuestras vidas. Ha cambiado nuestra forma tradicional de hacer las cosas y nos ha enfrentado a desafíos inusitados que hemos ido superando con creatividad, innovación y resiliencia.

Una de las importantes herramientas vinculada con la renovación del sector, es la sostenibilidad. Por eso **el diseño de estrategias de turismo sostenible ayudará a impulsar los tres pilares de la sostenibilidad: socioeconómico, medioambiental y territorial.**

Nuestra misión en Skål International es, en estos momentos, acompañar y propiciar una verdadera recuperación verde e inclusiva, ya que el turismo, gran motor de la economía mundial, debe liderar esta recuperación y aprender las lecciones que nos ha dejado esta gran crisis.

POR UNA RECUPERACIÓN DEL TURISMO VERDE E INCLUSIVO

Algunos puntos que se escuchan en foros internacionales destacan la importancia de establecer políticas y estrategias

de crecimiento sostenibles, tanto públicas como privadas, que ayudarán a una reconstrucción mejor y más rápida.

**NUESTRA
MISIÓN EN SKÅL
INTERNACIONAL ES,
EN ESTOS MOMENTOS,
ACOMPañAR Y
PROPICIAR UNA
VERDADERA
RECUPERACIÓN
VERDE E INCLUSIVA.**

En este sentido, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) publicó el pasado mes de marzo algunas recomendaciones interesantes en su **Informe de Sostenibilidad 2020**, del que podemos extraer varios aprendizajes.

La pandemia ha puesto de manifiesto que tanto el medioambiente como el clima están estrechamente vinculados con nuestra salud. Para alcanzar el desarrollo sostenible es necesario que el crecimiento económico, la inclusión social y la protección ambiental se encuentren en armonía, ya que estos tres elementos

EDI
TOR
IAL



están interconectados. **No puede haber desarrollo sostenible sin acción climática y muchos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) así lo reflejan.**

La transformación digital es clave para construir sociedades más verdes, inclusivas y resilientes. El COVID-19 nos ha obligado a imaginar y hacer realidad un mundo de movilizaciones físicas limitadas. Gracias a las herramientas online y tecnología, muchas empresas y negocios pudieron continuar. Así, el comercio electrónico alcanzó topes históricos y la formación a distancia creció y se amplificó.

**YA SABEMOS QUE EN
LOS PRÓXIMOS MESES
HABRÁ UN AUJE DEL
TURISMO SOSTENIBLE.**

Si bien es cierto que el mundo digital no está disponible para todos de manera igualitaria, y que es necesario seguir trabajando para cerrar esta brecha con el fin de que los beneficios de la digitalización puedan ser aprovechados por todos, las herramientas online abren un mundo de posibilidades

para ampliar la provisión de servicios, al tiempo que se reducen las emisiones contaminantes vinculadas a los desplazamientos.

La infraestructura continúa siendo un motor del crecimiento inclusivo y será un elemento central de la recuperación sostenible. Nuestras sociedades dependen de infraestructura de calidad para llevar a cabo sus actividades diarias y proveer todo tipo de servicios. La infraestructura es crucial para mantener nuestra calidad de vida, para lograr crecimiento y para conseguir un desarrollo sostenible. Los activos vinculados a infraestructuras son de larga duración, por lo que es aún más importante que sean sostenibles y resilientes.

De igual forma, el desarrollo de nuevas infraestructuras es intensivo en mano de obra, por lo que este tipo de inversiones suelen ser usadas por los gobiernos para revitalizar las economías y generar empleo rápidamente luego de una crisis. Está claro que la recuperación no puede consistir en volver a como estábamos antes. Es momento de aprovechar la oportunidad para construir economías bajas en carbono, inclusivas y respetuosas con el medioambiente. La

infraestructura sostenible es un motor de ese crecimiento inclusivo y una herramienta clave de la recuperación.

Ya sabemos que en los próximos meses habrá un auge del turismo sostenible... el cliente, el viajero, buscará y priorizará en su elección el wellness y la sostenibilidad, por tanto, estos conceptos deberán de ponerse en el centro una renovada oferta turística, y aquí es donde el sector privado puede comenzar a colaborar en esta transformación.

El cambio de conciencia tiene que incluir a todo el mundo, destacando que la iniciativa de transformación debe impactar en toda la industria turística. De otra manera, se podría perder esta oportunidad única de utilizar la pandemia como vehículo para convertir la industria del turismo en un sector sostenible y resistente frente a las crisis.

Es nuestro objetivo acompañaros en este proceso. Desde Skål International abogamos por un desarrollo y una reconstrucción del turismo sostenible e inclusivo.



DANIELA OTERO
CEO de Skål International



¡BIENVENIDOS!! NUEVOS MIEMBROS DE SKÅL INTERNATIONAL

COMO CEO DE SKÅL INTERNATIONAL, ESTOY MUY CONTENTA DE DAR LA BIENVENIDA A TODOS LOS MIEMBROS QUE HAN DECIDIDO UNIRSE A LA MAYOR ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES DE VIAJES Y TURISMO DEL MUNDO.

Este es, sin duda, el mejor momento para tener una red de contactos a nivel mundial, para beneficiarse de las ventajas que ofrece la afiliación y para hacer negocios entre amigos. Me gustaría felicitar a los clubs que están haciendo grandes esfuerzos para aumentar su número de miembros.

Inicia sesión con tu nombre de usuario y contraseña en la sección 'Miembros' y conecta con miembros de todo el mundo. Si tienes alguna duda sobre el acceso a la plataforma, ponte en contacto con el equipo de soporte.

CLUBS CON NUEVOS MIEMBROS

DESDE 14 MAYO AL 15 JUNIO

CÔTE D'AZUR (8)	HUA HIN & CHA AM (2)	MÉRIDA (1)
SAO PAULO (7)	KAMPALA (2)	NELSON MANDELA BAY (1)
LIMA (6)	PERTH (2)	NEW ORLEANS (1)
MIAMI (6)	PRETORIA (2)	PORT MORESBY (1)
BALI (4)	VAR-PROVENCE (2)	QUERÉTARO (1)
ADELAIDE (3)	ATLANTA (1)	SEATTLE (1)
BROOME (3)	AUCKLAND (1)	TENERIFE (1)
BUDAPEST (3)	CANCUN (1)	TIJUANA-ENSENADA (1)
GARDEN ROUTE (3)	CHIANGMAI & NORTH THAILAND (1)	TORONTO (1)
ISLA MUJERES-PUERTO MORELOS (3)	GUAM (1)	VANCOUVER (1)
JAKARTA (3)	HYDERABAD (1)	ZELL AM SEE (1)
NEW YORK (3)	MARMARIS (1)	
CALABRIA (2)	MELBOURNE (1)	

SKÅL CLUB DEL AÑO

TENEMOS EL PLACER DE ANUNCIAR LA LISTA DE CLUBS QUE CUMPLEN LOS REQUISITOS Y QUE HAN SIDO INVITADOS A PARTICIPAR EN EL CERTAMEN 'SKÅL CLUB DEL AÑO 2020/2021':

Skål International Acapulco | México
Skål International Gold Coast | Australia
Skål International Goa | India
Skål International New Jersey | Estados Unidos
Skål International New York | Estados Unidos
Skål International Port Moresby | Papúa Nueva Guinea
Skål International Tampa Bay | Estados Unidos
Skål International Taxco | México
Skål International Queenstown | Nueva Zelanda

Aquellos clubs que deseen presentarse al certamen tendrán que elaborar un video de presentación sobre los logros del club del 1 de enero al 31 de diciembre de 2020.

Mostrarán a los clubs de todo el mundo las iniciativas llevadas a cabo para captar/fidelizar miembros, para promocionar la marca Skål International o, las actividades benéficas o sostenibles llevadas a cabo durante este año tan duro.



EN BREVE SE ENVIARÁ A LAS JUNTAS DIRECTIVAS DE LOS CLUBS INFORMACIÓN IMPORTANTE SOBRE EL PROCEDIMIENTO DE VOTACIÓN QUE TENDRÁ LUGAR DEL 15 DE AGOSTO AL 14 DE SEPTIEMBRE DE 2021.



ANUNCIO DEL GANADOR

El ganador será anunciado durante durante la Asamblea General Anual virtual 2021.

El nuevo 'Skål Club del Año' recibirá el Trofeo Perpetuo Michael O'Flynn y un certificado válido para una inscripción doble gratuita en primera clase para el Congreso Mundial Skål International 2022. No se incluye el billete de avión.

Deseamos a los nominados la mejor de las suertes para el certamen y animamos a todos los clubs del mundo a estar entre los seleccionables para votar.

**Safe
travels**

by

WORLD
TRAVEL &
TOURISM
COUNCIL

SKÅL
INTERNATIONAL
Connecting Tourism Globally



SKÅL

INTERNATIONAL
Connecting Tourism Globally

**SKÅL INTERNATIONAL
OBTIENE EL SELLO
SAFE TRAVELS DE
WTTC Y LO OFRECE A
SUS MIEMBROS** **+INFO**

#REBUILDINGTOURISM

**LA GRABACIÓN DEL WEBINAR
DEL 29 JUNIO ESTARÁ EN BREVE
DISPONIBLE EN NUESTRO
CENTRO DE RECURSOS**

CENTRO DE RECURSOS

WEBINAR SERIES #REBUILDINGTOURISM

Skål International continua la serie de webinars dedicados a proporcionar información valiosa para la recuperación de la industria del Turismo: [#RebuildingTourism](#).



PLANIFICANDO EL REINICIO SEGURO DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA

#REBUILDINGTOURISM

SKÅL INTERNATIONAL
Connecting Tourism Globally

WEBINAR
31 MAYO 2021
16:00h CET

HARVARD T.H. CHAN
SCHOOL OF PUBLIC HEALTH

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Con un extenso programa de vacunaciones a nivel global, la industria turística se prepara para su reapertura.

Pero, ¿está tu negocio preparado para una vuelta segura a la actividad?

PONENTES INVITADOS:

RAMÓN SÁNCHEZ PIÑA

Doctor en Salud Ambiental de la Escuela de Salud Pública TH Chan de Harvard (EEUU).

MARÍA LUISA GÓMEZ-JIMÉNEZ

Doctora en Derecho, Profesora Titular de Derecho Administrativo de la Universidad de Málaga (España).

‘PLANIFICANDO EL REINICIO SEGURO DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA’

 [WATCH WEBINAR](#)

CARTERAS COMITÉ EJECUTIVO

MEMBRESÍA



LAVONNE WITTMAN
Directora Interina

Estoy encantada de ayudar al Comité Ejecutivo en la cartera de Membresía y me encantaría compartir mi visión con todos ustedes.

Como tengo un límite de 500 palabras, no puedo compartir aquí todos los aspectos de mi propuesta, pero lo discutiré en detalle en los próximos días cuando me ponga en contacto con cada Área y Comité Nacional.

Después de la convulsión de esta pandemia, la gente se ha dado cuenta de que la vida y los negocios tienen que ver con las relaciones, con animar y ayudar a los demás, y con apoyarse mutuamente en la familia, la amistad y los negocios... La gente se fijará ahora en cómo les hace sentir la afiliación en lugar de sólo en los beneficios que reciben. Lo que se espera es la unidad, la diversidad, el compromiso y el diálogo abierto.

Al igual que hay un nuevo viajero con diferentes expectativas, también hay un nuevo miembro con diferentes expectativas, y tenemos que adaptarnos a ello y abordarlo. Tenemos que encontrar nuestro propósito volviendo a los valores fundamentales y a la misión de nuestros padres fundadores para poner en valor nuestros puntos fuertes y ofrecer algo diferente a otras organizaciones de viajes. Deberíamos centrarnos en 'nuestra historia', ya que la narración visual es imprescindible para nuestro crecimiento y muy relevante, ahora más que nunca.

Cambiamos el diálogo sobre la captación y retención de miembros, modificando el comportamiento de los miembros potenciales y existentes con una nueva narrativa, contexto y marco.

Queremos captar la mente y el corazón de las personas y dirigir las en una dirección positiva.

Para que cualquier organización siga siendo relevante y apasionante, debemos adaptarnos a las necesidades y requisitos cambiantes de nuestra membresía actual y atraer a nuevos miembros. ¿Cuáles son las nuevas expectativas en el nuevo mundo?

- Relaciones saludables y fructíferas.
- Confianza.
- Flexibilidad.
- Liderazgo empático.
- Resolución de problemas.
- Entorno afectivo y solidario.

Skål International tiene la plataforma para ofrecer todo esto y más.

OBJETIVOS

- Reforzar la lealtad, la colaboración, el orgullo, la pasión dentro de la organización...
- Construir en el interior para reflejar el éxito en el exterior.
- Identificar el propósito de nuestra organización.
- Recordar los valores fundamentales de nuestra organización y ponerlos en práctica en nuestro nuevo mundo.

MISIÓN

Encender la pasión por Skål International **rejuveneciendo la implicación de los miembros** en la organización y **reforzando la colaboración**.





ESTABLECER CONEXIONES AUTÉNTICAS A TRAVÉS DE LA CONFIANZA, LA AMISTAD, LOS NEGOCIOS Y LOS VIAJES.

SKÅL INTERNATIONAL SE FUNDÓ SOBRE LOS SIGUIENTES VALORES FUNDAMENTALES, ATRIBUTOS QUE SON APLICABLES TANTO AHORA COMO EN 1934:

1. Confianza.
2. Colaboración.
3. Conocimiento del sector de los viajes y el turismo.
4. Compartir talento e intercambio de ideas.
5. Red de contactos en una plataforma con personas afines.
6. Unirse a un club exclusivo.
7. Actuar localmente y pensar globalmente: recopilar y compartir información de nuestro sector de muchas culturas, naciones e idiomas y adaptarla a las necesidades de nuestros clubs.

El siguiente acrónimo y tema serán la idea central de esta campaña, y la comunicación, las plataformas formativas y el *engagement* girarán en torno a este tema.

S - Sostenibilidad de la membresía - Sustainability of Membership.

K - Conocimiento de la organización - Knowledge of organization.

A - Acceso a beneficios/acceso a plataformas/acceso a otras organizaciones turísticas - Access to benefits/access to platforms/access to other tourism organizations.

L - Amor a Skål (reavivado) - Love of Skål (re-ignited).

7 MESES

(Ya que sólo dispongo de siete meses en esta cartera)

- 12.724 miembros.
- 335 clubs.
- 100 países.
- 1 misión/1 foco.

Permítenos '*devolver el corazón*' a nuestra organización, con la certeza de que cuando las cosas cambien, podremos ofrecerte cobertura.

NUEVO MUNDO

NUEVO MIEMBRO

NUEVAS IDEAS

Estoy entusiasmada, y ¡espero que tú también lo estés!



LAVONNE WITTMAN
Directora Interina

CONSEJO INTERNACIONAL SKÅL

Hola, o mejor dicho, siendo de Suiza donde tenemos cuatro idiomas oficiales: "Guten Tag", "Bonjour", "Buongiorno" y/o "Bun di".

Empezaré presentándome brevemente; soy David Fontanella, de 41 años, Skålega desde 2011 (sé que no es tanto tiempo), este club me dio ya muchas oportunidades: Fui presidente del club de Ginebra durante cuatro años y ahora, desde hace dos, presidente de Skål International Suiza y consejero internacional representando a este pequeño, pero importante país.

En cuanto a mi vida profesional, he trabajado durante diez años para un operador turístico internacional y desde 2008 en el sector de la aviación, trabajando en ALITALIA como director de cuentas para Suiza.

Estoy seguro de que todos conocen Suiza por los relojes, el chocolate, el queso, las montañas y quizás una o dos ciudades, pero Suiza también es esencial para Skål International; somos un país pequeño pero muy 'dedicado': en 2020, el 18% de los miembros de Skål International a nivel europeo estaban en Suiza, ¡y representamos el 5% de los miembros mundiales!

Skål International Suiza cuenta con aproximadamente 850 miembros divididos en 13 clubs. En nuestro país tenemos un club muy importante que es Skål International Lausanne; este club está entre los 3 clubs más

grandes de Europa, muy dinámico y 'orientado a los jóvenes'. Para vuestra información, los 13 clubs son: Bern, Berner Oberland, Engadin, Fribourg, Genève, Grisons, Lausanne, Locarno, Lugano, Luzern-Zentral Schweiz, Montreux/Vevay y St. Gallen & Zürich.

Como presidente de Skål International Suiza y consejero suizo, mi prioridad es que este club sea más conocido a todos los niveles en nuestro ámbito turístico, pero especialmente a nivel de los 'jóvenes': ¡son nuestro futuro! Para ello, por poner un ejemplo, participé el mes pasado en un webinar organizado por una escuela de turismo de nuestro país, donde pude explicar a los alumnos lo que Skål International podía aportarles: conectividad, amistad, red de contactos profesionales, etc.

En Skål International Suiza, ponemos el acento en la amistad, en pasar buenos momentos juntos y, por supuesto, en seguir el lema de Skål International: hacer negocios entre amigos.

En estos tiempos difíciles, no ha sido fácil reunirse, realizar almuerzos y descubrir las actividades de otros Skålegas, por eso también dedicaría unas palabras a la conectividad, a Internet...: en nuestra época, y más en este momento

tan complicado, todos estamos obligados a estar conectados. Esta interconexión es fundamental; nuestra nueva web de Skål International es el punto de entrada



para todo el mundo, por eso os animo a todos a utilizarla... aunque sé que la web, o, mejor dicho, la parte 'local' de esta web está todavía (para más de uno) en construcción... ¡pero me ilusiona!

¡¡¡Quisiera agradecer a nuestro personal de Torremolinos su labor, ya que siempre hablan de conectividad y organizan todos los webinars que nuestros miembros pueden seguir para estar al día y tener nuevas ideas!!!

Mi tiempo (o mis palabras) se acaban..., así que, si quieres tener más información sobre nuestro increíble país, pasar unos días aquí u organizar algo para tus clientes, utiliza la Base de Datos de Skål International en la web de Skål International (skal.org) o ponte en contacto conmigo directamente, ¡estaré encantado de charlar contigo y ayudarte!!!

Y como siempre termino mis boletines de noticias y publicaciones en la web aquí en Suiza, les digo: "¡Sí... ¡¡¡SKÅL!!!".



DAVID FONTANELLA

Presidente y consejero de
Skål International Suiza

david.fontanella@alitalia.com



HISTORIA DE SKÅL INTERNATIONAL ASIA

La historia de Skål International en Asia se remonta al año **1934, cuando se forma el primer club**. En la actualidad la organización sigue en crecimiento con fuerza.

El movimiento Skål International en Asia ha crecido hasta contar con más de 2.500 miembros. Esto ha sido posible sólo gracias al duro trabajo y a la perseverancia de nuestros predecesores, a los que debemos mucho. Algunos de ellos ya no están con nosotros, pero les debemos su duro trabajo y su previsión, que los llevó a iniciar el movimiento Skål International en Asia.

Habiendo desarrollado con éxito el movimiento Skål International Asia, ahora es nuestra responsabilidad continuar con el legado y asegurarnos de que Skål International Asia sea **mejor, más grande y más fuerte** en el futuro.

1964: I Congreso de clubs de Skål International Asia.

1965: II Congreso de clubs de Skål International Asia en Hong Kong.

1967: Reunión del Comité Regional en el Hotel Mandarin.

FORMACIÓN DEL COMITÉ DE ÁREA DE SKÅL INTERNATIONAL ASIA.

Julio 1981: El director de la AISC (Asociación Internacional de Skål Clubs, nombre original de Skål International) Antonio García del Valle, recibe todos los documentos necesarios para la formación oficial del Comité de Área de Asia.

Septiembre 1981: X Asamblea General en Hong Kong y Macao. 120 delegados de 18 clubs. Bahrein, Taiwán, Hong Kong, India, Japón, Kuala Lumpur, Karachi, Filipinas, Singapur, Colombo y Tailandia asisten como observadores.



COMITÉ DE ÁREA SKÅL INTERNATIONAL ASIA **VISIÓN**

Trabajemos juntos para que Skål International Asia sea mejor, más grande y más fuerte.

COMITÉ DE ÁREA SKÅL INTERNATIONAL ASIA **LOGROS 2019-2021**

- ⊙ Formación completa de la Junta Directiva tras un largo paréntesis: todos los puestos debidamente cubiertos.
- ⊙ Bandera de Skål International Asia: Skål International Asia está bien representado, y ahora con la bandera tiene una identidad.
- ⊙ Representamos a los principales recursos turísticos de Asia, con otros tantos en cartera. Es nuestro deseo tener a nuestra gente unida para conseguir nuestra misión de 'Mejor, más grande y más fuerte'.
- ⊙ Reunión intermedia y declaración de la misión de Skål International Asia: 'Mejor, más grande y más fuerte'.
- ⊙ Webinar con Skål International y líderes de la industria.
- ⊙ Webinar interactivo con la Junta Directiva de Skål International.
- ⊙ Mensajes de motivación a todos los clubs.
- ⊙ Compromiso con todos los clubs: la comunicación es mayor que nunca.
- ⊙ Asamblea General online con un jurado de premios independiente formado por expertos del área asiática.
- ⊙ Boletín de Skål International Asia 'Sunshine Asia'.
- ⊙ Reuniones mensuales de la Junta Directiva de Skål International Asia vía Zoom e interacción con los clubs.
- ⊙ Renovación de la web de Skål International Asia (en proceso).

COMITÉ DE ÁREA SKÅL INTERNATIONAL ASIA **FILOSOFÍA DE LA BANDERA**



La filosofía que subyace en el diseño de la Bandera de Skål International Asia **celebra la diversidad a la vez que aboga por la inclusión.**

En esta bandera se han representado destacados hitos culturales de los países miembros para demostrar la pluralidad que ha definido y unificado a nuestras comunidades desde tiempos inmemoriales. La imagen también pretende simbolizar la idea de que cada voz distinta será debidamente reconocida y representada en el funcionamiento de Skål International Asia.

Los Skålegas de toda la región adoptan la singularidad distintiva de Asia de una cultura ancestral que se transforma en una nueva y vibrante comunidad moderna.

Para nosotros, la bandera es un recordatorio constante del hecho de que, dentro de nuestro paisaje único, **son nuestras diferencias las que nos unen.**



CONOCE LA JUNTA DIRECTIVA DE SKÅL INTERNATIONAL ASIA

Nos enorgullece anunciar que Skål International Asia ha alcanzado una cifra histórica de más de 2.500 miembros.

Incluso durante la pandemia, el fuerte crecimiento de nuestra organización en Asia representa casi el 30% del número de miembros a nivel mundial. Este hito ha consolidado el hecho de la proactividad de Skål International Asia, al atraer a más profesionales de la industria, aportando valor a sus miembros.

La Junta Directiva de Skål International Asia reconoce la contribución de todos los clubs de Asia y los apoya firmemente en todos sus esfuerzos actuales y futuros. Expresamos nuestra gratitud a todos nuestros miembros por mantener los ideales de fraternidad y cooperación mientras nos apoyamos mutuamente en estos tiempos difíciles. Los lazos forjados durante este tiempo han ayudado a nuestra industria a sostenerse frente a los nuevos desafíos. A medida que avanzamos, mantengamos nuestro compromiso con la organización que ha reunido a los líderes de la industria de todo el continente como una sola comunidad.

PASO A PASO, LOGRAREMOS NUESTRO OBJETIVO DE HACER QUE SKÅL INTERNATIONAL ASIA SEA MÁS GRANDE, MEJOR Y MÁS FUERTE.



SANJAY DATTA

DELHI

Presidente

Sanjay Datta comenzó su carrera con Gulliver Travel y se unió a Jet Air en la división de ventas (GSA- Gulf Air). A lo largo de los últimos 35 años de su carrera en el sector de los viajes, ha participado en diversas facetas de la industria de los viajes y de la aviación.

Es presidente de Skål International Asia desde 2019.



ANDREW J WOOD

BANGKOK

Vicepresidente del Sudeste Asiático

Andrew J Wood es un hotelero profesional y escritor de viajes con 48 años de experiencia en el mundo turístico. Es un conferenciante invitado habitual en varias universidades de Asia.

Actualmente es presidente de Skål International Bangkok, y vicepresidente de Skål International Tailandia y Skål International Asia. En 2019, Andrew recibió la distinción de Miembro de Honor de Skål International.



KEETHI JAYAWEERA

COLOMBO

Vicepresidente de Asia Occidental y tesorero interino

Keethi Jayaweera cuenta con más de cuarenta años de experiencia en la industria turística. Su último cargo ha sido el de director general de la Agencia General de Ventas de Singapore Airlines en Sri Lanka.

Forma parte de la Junta Directiva del Área de Asia de Skål International desde 2013.



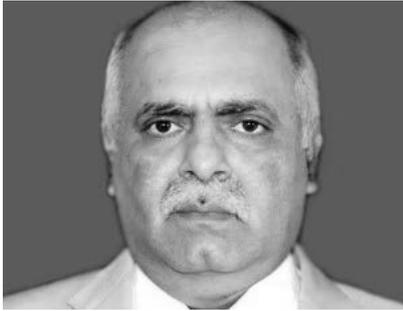
HIRO LIAO

TAIPEI

Vicepresidente interino de Asia Oriental

Hiro Liao es el presidente de Howard Prince Taichung.

Actualmente, es vicepresidente interino de Skål International Asia Oriental y consejero internacional de Skål International Chinese Taipei.



SHEKHAR DIVADKAR
GOA

Secretario

Shekhar Divadkar lleva 35 años trabajando en la industria de la hostelería en Mumbai y Goa.

Actualmente, es secretario de Skål International Goa y Skål International Asia. Ha contribuido a que Skål International Goa haya sido galardonado como Skål Club del Año 2020 y a que Skål International le haya concedido el Premio de Oro por el segundo mayor aumento neto de miembros en 2020.



DUSHY JAYAWEERA
COLOMBO

Directora de Membresía

Dushy Jayaweera cuenta con más de 40 años de experiencia en el sector de la aviación y dirige el grupo de aviación de Acorn Aviation (Private) Limited, que representa a las compañías aéreas tanto online como offline.

Forma parte del Comité Ejecutivo de su club desde 2012 y fue elegida directora de Membresía de Skål International Asia en 2019.



P.K. MOHANKUMAR
BANGALORE

Director de Relaciones Públicas y Comunicaciones

Hotelero por excelencia, P.K. Mohankumar ha pasado más de 45 años en puestos de liderazgo de alto nivel en todo el mundo. Su experiencia de varias décadas abarca desde hoteles y resorts de lujo, a cadenas medianas y económicas.

Es el Director de Relaciones Públicas y Comunicaciones de Skål International Asia desde 2019.



SHALINI KHANNA CHARLES
BANGALORE

Directora de Skål Joven

Shalini Khanna Charles es una profesional de la hostelería, educadora, mentora, empresaria y ecologista. Directora fundadora de Atithi Vriksha Shiksha, imparte cursos de hostelería de corta duración orientados al mundo laboral.

Actualmente es la directora de Skål Joven en Skål International India y Skål International Asia.



MICHELLE SANDHU
SINGAPUR

Consejera Internacional de Skål

Michelle Sandhu ha ocupado varios puestos en la industria turística, incluyendo hoteles, publicaciones de viajes y como responsable de fidelización en cadenas hoteleras internacionales y locales.

Ha formado parte de la Junta Directiva de Skål International Singapur durante diez años y actualmente es la Presidenta del club y consejera internacional para Skål International Asia.

**TRABAJEMOS
JUNTOS PARA
QUE SKÅL
INTERNATIONAL
ASIA SEA MEJOR,
MÁS GRANDE Y
MÁS FUERTE.**

SKÅLEGA EJEMPLAR



NICOLLE MARTIN

Presidenta de Skål International Côte d'Azur

Me siento honrada y orgullosa de haber sido distinguida por el presidente y la Junta Directiva de Skål International como Skålega Ejemplar, y les doy las gracias de todo corazón.

Soy de Niza. He desarrollado toda mi carrera en la Oficina de Turismo de Niza Côte d'Azur, promocionando a los turoperadores, agentes de viajes y organizadores de viajes en grupo en Francia, Europa y en países más lejanos.

Ha sido un auténtico placer convencer a los profesionales para que animen a sus clientes a descubrir las riquezas de esta increíble región. Ofrece sus montañas nevadas a tan solo una hora y media de las orillas del mar Mediterráneo, con un patrimonio único, generosa gastronomía y prestigiosos eventos, como el famoso Carnaval de Niza, que atrae a un millón de espectadores cada año.

También me enorgullece haber sido nombrada Embajadora de la Costa Azul en 2020 por el Comité Regional de Turismo de la Costa Azul de Francia.

Mi afiliación a Skål International me permitió continuar con mi pasión por el turismo y mantener el contacto con los profesionales.

En septiembre de 2018, Skål International Côte d'Azur solo tenía 7 miembros. El club necesitaba urgentemente ser reconstruido y, sobre todo, impulsarlo para hacerlo crecer.

Mi motivación para implicarme en este reto hizo que me decidiera a solicitar la presidencia del

club, que desde entonces ha experimentado un crecimiento exponencial de sus miembros. Ahora tenemos 142 miembros de las 40 profesiones relacionadas con el turismo que pueden optar a Skål International.

HE DESARROLLADO TODA MI CARRERA EN LA OFICINA DE TURISMO DE NIZA CÔTE D'AZUR, PROMOCIONANDO A TUOPERADORES, AGENTES DE VIAJES Y ORGANIZADORES DE VIAJES..

Estoy muy orgullosa de ser la presidenta de Skål International Côte d'Azur, uno de los 10 primeros clubs a nivel mundial y el tercer club de Europa.

Nuestra oficina cuenta con ocho miembros activos con misiones específicas y 5 embajadores encargados de promover el club en el departamento de los Alpes Marítimos.

Hemos rediseñado nuestra web, creado un boletín mensual y una revista, así como establecido reuniones mensuales precedidas de sesiones de networking. También hemos diseñado una nueva bandera y un trofeo con los colores de la Costa Azul.

Durante el confinamiento, sustituimos nuestras reuniones por sesiones online y de speed business que tuvieron mucho éxito, donde cada Skålega aportaba un contacto y su apoyo profesional para el buen funcionamiento de nuestra asociación.

Ser nombrada Skålega Ejemplar es un honor y un reconocimiento por el trabajo realizado con los equipos de nuestro club durante los últimos dos años y medio.

Es mi deseo, aprovechando mi conocimiento de la industria turística en esta zona, impulsar Skål International y reactivar los clubs de las grandes ciudades francesas tal y como estaban hace veinte años, aprovechando mi conocimiento de los actores del turismo en estas zonas.



TURISMO SOSTENIBLE

Descubre diferentes enfoques del turismo sostenible con estos artículos de organizaciones internacionales y profesionales del turismo.

INVITACIÓN A LOS AGENTES TURÍSTICOS A COMPARTIR SUS PROGRESOS EN LA ACCIÓN POR EL CLIMA



OMT

Artículo publicado originalmente en la [web de la OMT](#).

ENCUESTA MUNDIAL SOBRE LA ACCIÓN POR EL CLIMA EN EL TURISMO.

La OMT ha invitado a los agentes turísticos públicos y privados de todo el mundo a participar en una encuesta mundial sobre la acción por el clima en el turismo y a ayudar a identificar iniciativas pioneras y oportunidades para acelerar la acción por el clima en el sector.

Lanzada el Día Mundial del Medio Ambiente, la encuesta pretende apoyar los esfuerzos que está realizando el sector para reducir su impacto ambiental y sus emisiones de carbono, así como para reforzar su capacidad de adaptación a un clima cambiante.

En mayo, los ministros de Turismo de los países del G20 subrayaron la necesidad de repensar el turismo y dar forma a un sector más resistente, sostenible e inclusivo.

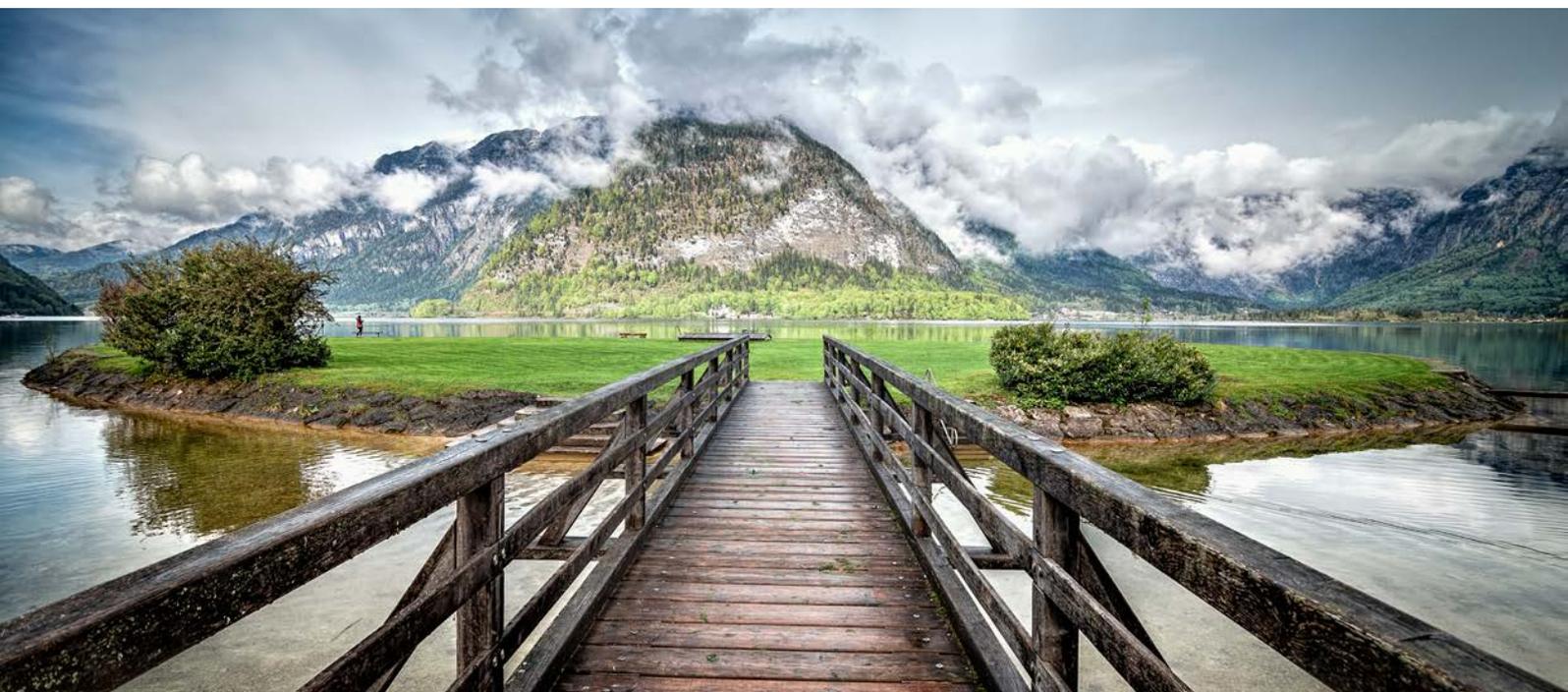
También se comprometieron a tomar medidas y a promover esa transformación verde. Las Recommendations for the Transition to a Green Travel and Tourism Economy (Recomendaciones para la transición a una economía verde de los viajes y el turismo) de la OMT, acogidas con satisfacción por los ministros de Turismo del G20, destacaron

la necesidad de transformar las operaciones turísticas para la acción por el clima. De lo contrario, las emisiones del turismo mundial podrían aumentar en al menos un 25% para 2030, según estima el último estudio realizado por la OMT y la ITF.

El secretario general de la OMT, Zurab Pololikashvili, afirma: *“La pandemia y su impacto en el turismo, los empleos y los ingresos representan un recordatorio sin precedentes de la necesidad de reequilibrar nuestra relación con las personas, el planeta y la prosperidad. La transformación verde del sector es necesaria, no solo para el planeta, sino también para el propio turismo, puesto que impulsa la competitividad y mejora la resiliencia”.*

La encuesta mundial forma parte de los preparativos para la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP26) y los resultados se presentarán en noviembre de 2021 en Glasgow. Se ha elaborado en el marco del Programa de Turismo Sostenible de ‘One Planet’.

La encuesta está abierta hasta el 15 de julio de 2021 y tanto los destinos como las empresas y las asociaciones turísticas están invitados a participar. Encontrará más información sobre la [encuesta aquí](#).



**WTTC**

Artículo publicado originalmente en la [web de WTTC](#).

WTTC Y PNUMA PUBLICAN INFORME SOBRE LOS PRODUCTOS DE PLÁSTICO DE UN SOLO USO PARA AVANZAR EN LA SOSTENIBILIDAD DE LOS VIAJES Y EL TURISMO

EL CONSEJO MUNDIAL DE VIAJES Y TURISMO (WTTC) Y EL PROGRAMA DE NACIONES UNIDAS PARA EL MEDIO AMBIENTE (PNUMA), HAN PRESENTADO UN NUEVO E IMPORTANTE INFORME QUE ABORDA EL COMPLEJO PROBLEMA DE LOS PRODUCTOS DE PLÁSTICO DE UN SOLO USO EN EL SECTOR TURÍSTICO.

El informe **'Rethinking Single-Use Plastic Products in Travel & Tourism'** se presenta en el momento en que los países de todo el mundo comienzan a reabrir sus puertas y el sector de turístico empieza a mostrar signos de recuperación tras la pandemia de COVID-19, que ha sido devastadora.

El informe es un primer paso para **mapear los productos de plástico de un solo uso en la cadena de valor de Viajes y Turismo**, identificando los puntos conflictivos de las fugas medioambientales y proporcionando recomendaciones prácticas y estratégicas para las empresas y los responsables políticos.

Su objetivo es ayudar a las partes interesadas a dar pasos colectivos hacia acciones y políticas coordinadas que impulsen un cambio hacia modelos de reducción y reutilización, en línea con los principios de circularidad, así como con las infraestructuras de residuos actuales y futuras.

Las recomendaciones del informe incluyen redefinir los productos de plástico de un solo uso innecesarios en el contexto de la propia empresa; dar preferencia contractual a los proveedores de productos reutilizables; planificar de forma proactiva

procedimientos que eviten la vuelta a los productos de plástico de un solo uso en caso de brotes de enfermedades; apoyar la investigación y la innovación en el diseño de productos y modelos de servicio que disminuyan el uso de artículos de plástico, y revisar las políticas y las normas de calidad teniendo en cuenta la reducción de residuos y la circularidad.

Virginia Messina, vicepresidenta senior y consejera delegada en funciones del **WTTC**, dijo *"El WTTC se enorgullece de publicar este importante informe de alto nivel para el sector, centrado en la sostenibilidad y la reducción de los residuos de productos de plástico de un solo uso en Viajes y Turismo"*.

"La pandemia del COVID-19 ha acelerado la agenda de la sostenibilidad, y las empresas y los responsables políticos le prestan ahora una atención aún mayor. Como prioridad creciente, se espera que las empresas continúen reduciendo los residuos de productos de plástico de un solo uso para el futuro e impulsen la circularidad para proteger no solo a nuestra gente, sino también, y de manera importante, a nuestro planeta".

"También está claro que los consumidores están tomando decisiones más conscientes y apoyan cada vez más a las empresas que tienen la sostenibilidad en mente".

Los productos de plástico de un solo uso pueden ser una amenaza para el medio ambiente y la salud humana y, sin un esfuerzo deliberado por parte de todo el sector, Viajes y Turismo puede contribuir y contribuirá significativamente a este problema.

La pandemia de COVID-19 ha tenido efectos tanto negativos como positivos en la contaminación por plásticos de un solo uso.

La demanda de artículos de plástico de un solo uso ha aumentado, ya que la seguridad es una de las principales preocupaciones de los turistas, y los servicios de comida para llevar van en aumento. Según el Instituto de Medio Ambiente de Tailandia, los residuos de plástico han pasado de 1.500 toneladas a la asombrosa cifra de 6.300 toneladas

diarias, debido al aumento de las entregas de comida a domicilio.

Sin embargo, la pandemia también ha catalizado la demanda de los consumidores de experiencias turísticas ecológicas en todo el mundo, y un estudio mundial de 2019* descubrió que el 82% de los encuestados son conscientes de los residuos de plástico y ya están tomando medidas prácticas para hacer frente a la contaminación.

El informe reconoce que se necesitan soluciones globales para abordar las preocupaciones de las empresas sobre el uso de productos de plástico de un solo uso. Su objetivo es apoyar la toma de decisiones con conocimiento de causa, basándose en las posibles repercusiones de las compensaciones y en el desplazamiento involuntario de la carga a la hora de considerar la transición hacia alternativas sostenibles.

Sheila Aggarwal-Khan, directora de la División de Economía del **PNUMA**, dijo *"Los viajes y el turismo tienen un papel clave para abordar la triple crisis planetaria del cambio climático, la pérdida de biodiversidad y la contaminación, así como para hacer realidad la circularidad en el uso de los plásticos"*.

"La llegada del COVID-19 y la consiguiente proliferación de productos de plástico de un solo uso ha añadido urgencia a las crisis. Con este informe, esperamos animar a las partes interesadas de esta industria a unirse para abordar este desafío multifacético. Sólo así podremos garantizar un cambio significativo y duradero".

Dado que alrededor del 90% del plástico de los océanos procede de fuentes terrestres** y que el daño anual de los plásticos a los ecosistemas marinos asciende a 13.000 millones de dólares al año***, es fundamental abordar de forma proactiva el **reto de los plásticos en el sector de los viajes y el turismo**.

Para leer el informe completo, [haz clic aquí](#).

* Fuente: **One Planet network**.

** Fuente: **WasteAid**.

*** Fuente: **PNUMA**.



SOBRETURISMO



ELLEN RUGH

Directora de Programa
Centro de Viajes Responsables (CREST)
responsibletravel.org

EN LAS ÚLTIMAS DÉCADAS, EL SISTEMA DE LOS VIAJES HA CAMBIADO.

El aumento de este fenómeno se debe a una 'tormenta perfecta': las redes sociales, la economía colaborativa, la cultura pop, los avances en la tecnología de los cruceros y la aviación, a un mercado de viajeros en crecimiento, entre otros factores.

Pero el sobreturismo no fue ampliamente reconocido hasta que llegó a su punto álgido en ciudades históricas como Barcelona y Venecia, donde los residentes salieron a la calle para decir a los turistas que 'se fueran a casa'.

El año pasado, por primera vez en décadas, el turismo estuvo a punto de desaparecer. Sin embargo, los viajes se han reactivado rápidamente en muchos lugares, introduciendo nuevos problemas propios de nuestro mundo post-pandémico: algunos destinos, desesperados por recibir de nuevo a los visitantes, quitaron prioridad a la sostenibilidad. Los visitantes que anhelaban un descanso de la cuarentena inundaron las zonas al aire libre, las playas y los parques nacionales.

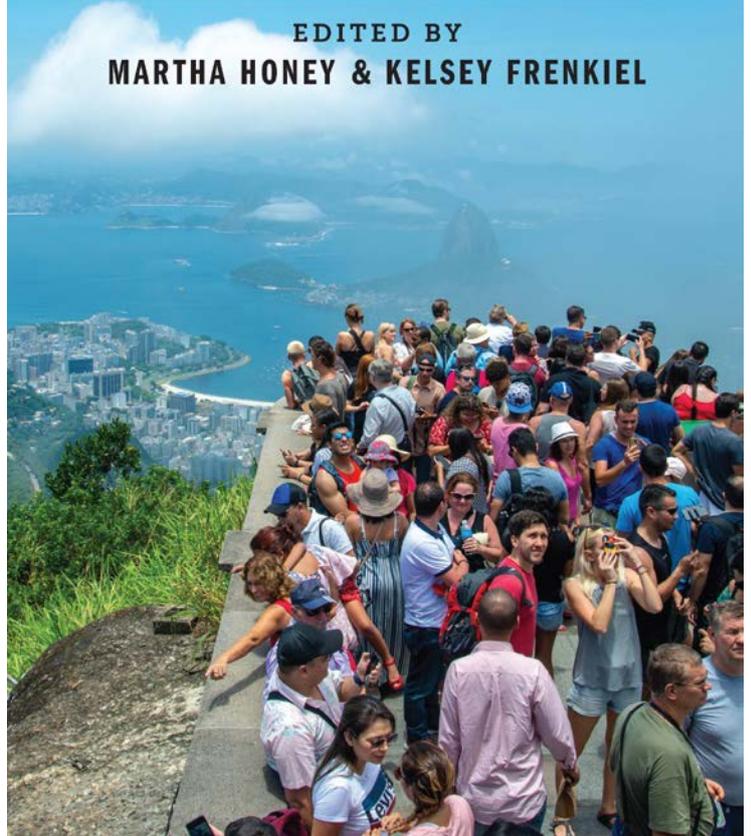
El Centro de Viajes Responsables (CREST) y las editoras Martha Honey y Kelsey Frenkiel han publicado **Overtourism: Lessons for a Better Future** (Island Press), un volumen editado que contiene ensayos y estudios de casos de más de 20 expertos en turismo de todo el mundo. El libro traza un **camino hacia un turismo realmente sostenible, centrado en el triple resultado de las personas, el planeta y la prosperidad**. Este manual práctico, que reúne a funcionarios de turismo, miembros de ayuntamientos, periodistas

OVERTOURISM

Lessons for a Better Future

EDITED BY

MARTHA HONEY & KELSEY FRENKIEL



de viajes, consultores, académicos y miembros de asociaciones comerciales, explora la masificación desde diversas perspectivas y destinos.

Al mirar hacia el futuro, debemos preguntarnos: **¿queremos volver a un mundo de monumentos saturados, playas llenas de basura y calles urbanas atascadas? ¿O podemos hacer las cosas de forma diferente esta vez?** A medida que el turismo se reactiva en todo el mundo, estas innovaciones servirán de guía a los organismos gubernamentales, los responsables de los parques, los gestores de los destinos, los colectivos, las ONG medioambientales, los operadores turísticos y otros interesados en proteger nuestros lugares más emblemáticos.

¿DÓNDE APRENDER SOBRE TURISMO SOSTENIBLE?

Hoy en día, las marcas de viajes se enfrentan a una presión cada vez mayor por parte de los turistas, las comunidades, los gobiernos, las ONG y los inversores **para que tengan un papel positivo y activo en la protección de las personas y el planeta.**

Por ello, un número cada vez mayor de empresas de turismo y hostelería están tomando medidas para lograr un turismo más sostenible. Sin embargo, muchas organizaciones no tienen los conocimientos suficientes para hacerlo bien. Como resultado, se arriesgan a que su reputación sea acusada de prácticas del llamado marketing verde para lavar su imagen, o bien, dedican demasiado tiempo del necesario a resolver las cosas por su cuenta.

Recibir una formación adecuada puede acelerar significativamente su aprendizaje y aportar resultados más rápidos. Pero ¿qué cursos de turismo sostenible hay disponibles y cuál será el mejor para usted?

Muchas universidades ofrecen ahora cursos de sostenibilidad como parte de las titulaciones de grado

o máster centradas en el turismo: Leeds Beckett University, Aalborg University Copenhagen, Eberswalde University for Sustainable Development, Ostelea School of Tourism & Hospitality en Barcelona, entre otras.

Muchos programas de certificación de turismo sostenible, como Green Destinations, Green Globe, TourCert y Travelife for Tour Operators, tienen sus cursos disponibles. Puede conocer los criterios específicos y las recomendaciones sobre cómo cumplirlos.

Asimismo, el Global Sustainable Tourism Council ofrece cursos de turismo sostenible, tanto en línea como presenciales, para profesionales, en los que se aprenden los fundamentos del turismo sostenible y se profundiza en los criterios del GSTC.

Por último, hay cursos para profesionales del turismo, que se centran en los aspectos prácticos de la gestión de la sostenibilidad en el contexto empresarial y pasan directamente a resolver problemas concretos.

Sustainable Tourism Made Easy ayuda a las organizaciones de viajes y hostelería a ser más competitivas mejorando su gestión medioambiental y su responsabilidad social. Con un lenguaje sencillo y ejemplos prácticos, la empresa ayuda a las organizaciones turísticas a aplicar los principios del turismo sostenible en sus operaciones diarias. Les muestra cómo utilizar la sostenibilidad en las ventas y el marketing de forma inteligente.

Sustainable Tourism Made Easy ofrece una amplia gama de cursos de gestión del turismo sostenible, desde el curso intensivo de turismo sostenible, de carácter muy introductorio, hasta los programas de ocho semanas de duración, Crash Course to Zero-to-Hero, que convierten a los principiantes en líderes de la sostenibilidad. También hay cursos temáticos: Desarrollo de productos turísticos sostenibles, Marketing del turismo sostenible, Comunicación y eliminación de plásticos de un solo uso, Turismo de impacto. Todos los cursos pueden ser personalizados, impartidos en línea o en persona, en inglés, ruso y polaco.

CÓMO EVITAR EL LLAMADO MARKETING VERDE EN LOS VIAJES

A medida que el sector mira hacia la recuperación, ahora es el momento de volver a construir con más fuerza. La educación y la demanda de los consumidores son una parte importante del camino hacia un sector turístico más sostenible.

En **Impact Travel Alliance**, hemos hablado de sostenibilidad mucho antes de que fuera una palabra de moda. Nuestra organización de base ha crecido hasta representar la mayor comunidad del mundo de viajeros con conciencia social y ecológica. **Enseñamos a los viajeros a explorar de una manera que se produzca un impacto positivo en las comunidades locales y en nuestro medio ambiente,** sin importar el destino, el estilo de viaje o el presupuesto.

Me gusta pensar en Impact Travel Alliance como un amigo del consumidor en la industria. Tratamos temas complejos, como el cambio climático, el turismo excesivo y el lavado de cara, y los traducimos en recursos accesibles, prácticos y prácticos para que los viajeros incorporen el impacto en sus experiencias.

En uno de nuestros últimos artículos, desglosamos **los consejos para evitar el llamado marketing verde en los viajes.** También tenemos un **próximo evento** como parte de nuestra serie llamada 'Creador Consciente', sobre cómo, como narradores, podemos descubrir lo que hace que una marca de viajes sea auténticamente sostenible, y cómo la comprobación de los hechos como medios de comunicación desempeña

un poderoso papel en la construcción de una industria más fuerte. Los miembros de Skål International pueden inscribirse con un 50% de descuento en su entrada con el código 'SKAL'. Para estar al tanto de nuestros próximos eventos y artículos, pueden **suscribirse a nuestro boletín semanal.**

El turismo tiene el poder de proteger nuestro medio ambiente, empoderar a las mujeres y a las diversas comunidades y crear ciudadanos globales. Mientras miramos hacia la recuperación en un mundo post-pandémico, **hay un inmenso potencial para mejorar el mundo a través de los viajes,** pero sólo si reconstruimos nuestra industria con conciencia. Espero que os unáis a nuestro viaje para crear una industria más impactante.

KELLEY LOUISE 

Fundadora de Impact Travel Alliance Founder y Miembro de Skål International New York



4 HISTORIAS DE ÉXITO DE GANADORES DE LOS PREMIOS TURISMO SOSTENIBLE DE SKÅL INTERNATIONAL

WESTERN UNIVERSITY (CANADÁ)

LA NECESIDAD, MADRE DE TODOS LOS INVENTOS

El conocido refrán “la necesidad es la madre de la invención” es lo que me viene a la mente cuando reflexiono sobre este último año dominado por COVID.

Al igual que muchas otras instituciones de enseñanza superior, la Western University se esforzó por **reinventar la forma de satisfacer las necesidades culinarias de la comunidad universitaria de forma segura**. En Western University, consideramos que la comida es una parte central de las relaciones sociales y los rituales culturales, un lenguaje universal que une a las personas; compartir la comida encarna la hospitalidad, la gratitud, el sacrificio y la compasión. A continuación, se resume cómo el Servicio de Restauración de la Universidad de Western reinventó los servicios de comidas durante este pasado año sin precedentes.

Servicios de conferencias

Al igual que cualquier evento o conferencia presencial, los espacios virtuales del Western se desarrollaron

para personalizar y adecuar la experiencia. Con las sesiones informativas y las presentaciones que se realizan simultáneamente, nuestro equipo tiene ahora los medios para proporcionar a los organizadores de conferencias espacios digitales para cualquier evento. Esto incluye servicios como plataformas virtuales, espacios en el lobby, diseño de eventos y conectividad.

conferences.uwo.ca

Catering del Gran Salón

Con el cumplimiento y la seguridad como prioridad, el equipo de Great Hall Catering desarrolló varios métodos para reinventar y mantener su modelo de negocio. Con la compra de un camión de comida (The Angry Goose), y a través del lanzamiento de paquetes de regalo culinarios temáticos y kits de comida familiar listos para servir, el equipo de Great Hall Catering proporcionó con seguridad una experiencia gastronómica que la comunidad universitaria ha llegado a desear y adorar.

greathallcatering.ca

Comedor de la residencia

A lo largo de numerosos cierres y cuarentenas sufridos, el comedor de la residencia consiguió ofrecer a los estudiantes oportunidades de comer de forma segura y accesible. Así, se ofrecieron diversas opciones de menú saludables en envases biodegradables de un solo uso y en bolsas para llevar. Cuando fue necesario acomodar a los estudiantes en cuarentena, los pedidos online fueron atendidos y entregados personalmente en las habitaciones de los estudiantes.

El apoyo a la comunidad universitaria desde la perspectiva de la sostenibilidad social planteó retos imprevistos que requirieron invenciones creativas.



ANNE ZOK

Directora de Nutrición
Western University



**FOTO.**

» Manyoni Private Game Reserve, Sudáfrica.

MANYONI PRIVATE GAME RESERVE (SUDÁFRICA)

Manyoni Private Game Reserve es una de las cinco principales reservas que se encuentra en Zululandia, KwaZulu-Natal, Sudáfrica. **En 2004 Manyoni fue declarada reserva natural en virtud de la Ley de Áreas Protegidas**, cuando los propietarios de 17 fincas retiraron sus vallas para crear un paisaje continuo de 23.000 hectáreas.

Esta reserva es conocida por su amplia biodiversidad que abarca desde los cauces de los ríos en el sur hasta las montañas en el norte. Esta diversidad se extiende también a la flora y la fauna del parque. El MPGR se ha convertido en uno de los principales destinos de safari en Kwa-Zulu Natal, con un fuerte enfoque en la conservación de las especies amenazadas, participando también activamente en la mejora de seis comunidades vecinas. En la reserva

tenemos varias especies vulnerables, en peligro y en peligro crítico, como el guepardo, el perro salvaje y el rinoceronte negro. Para mantener la sensación de naturaleza salvaje, gestionamos la interrelación entre la biodiversidad ambiental natural, los asentamientos humanos y el desarrollo económico en la reserva y sus alrededores.

La actual pandemia de Covid-19 dificultó nuestro funcionamiento dentro de la reserva y las comunidades vecinas. No obstante, Manyoni pudo poner en marcha algunos **proyectos nuevos y creativos para apoyar a la gente de nuestro entorno y proteger la vida salvaje y la vegetación dentro del parque.**

De esta forma, junto con ONG, pusimos en marcha un proyecto de paquetes de alimentos para nuestras comunidades vecinas. y apoyamos

un proyecto de huerto y un vivero que cultivará plantas y árboles que se plantarán en las comunidades.

Los generosísimos donativos recibidos financiaron principalmente nuestras operaciones relacionadas con la fauna salvaje, y pudimos llevar a cabo operaciones de emergencia para la fauna salvaje, apoyar a nuestra unidad de lucha contra la caza furtiva y proporcionar la formación necesaria al personal de la reserva. La pandemia dejó en suspenso el sector turístico. **Esperamos que en breve podamos volver a dar la bienvenida a visitantes de todo el mundo y mostrarles la mágica belleza de Zululandia y la magnífica vida salvaje de la Reserva Privada de Caza Manyoni.**



CONSERVATORIO Y JARDÍN BOTÁNICO PHIPPS (ESTADOS UNIDOS)

Desde que ganó el Premio Turismo Sostenible de Skål International en 2018, el **Phipps Conservatory and Botanical Gardens** sigue haciendo nuevos avances en materia de sostenibilidad.

En 2019, el Phipps restauró un ruinoso edificio público para convertirlo en el Centro de Exposiciones (Exhibit Staging Center, ESC), con un diseño modernizado y el ambicioso objetivo de conseguir las certificaciones Living Building Challenge, LEED Platinum y WELL Platinum. Los trabajadores y el personal del recinto son un grupo de personas cuyo bienestar se suele pasar por alto, y este notable edificio les proporciona así un espacio saludable para trabajar. Además del espacio de trabajo, el ESC cuenta con un estudio de yoga, un gimnasio y

una sala de meditación para fomentar el bienestar mental y físico de los empleados.

En septiembre de 2020, el ESC obtuvo la certificación WELL de salud y seguridad para el funcionamiento y la gestión de las instalaciones. Esta certificación se creó en respuesta a la pandemia de COVID-19. Al notar el valor de la clasificación WELL de salud y seguridad, Phipps persiguió y logró esta certificación para todo el campus. El CES consiguió la certificación WELL Platinum en junio de 2021.

Mientras tanto, Phipps siguió desarrollando programas para mejorar la salud de las personas y del planeta para adaptarse a la pandemia. Let's Move Pittsburgh compartió muchos recursos virtuales gratuitos con la comunidad para mejorar la

salud de los niños de la región. El programa Homegrown, que ayuda a la gente a cultivar sus productos, siguió instalando huertos para familias de zonas con poco acceso a alimentos frescos, con lo que el número total de familias atendidas superó las 300. Además, el Centro de Paisajes Sostenibles obtuvo dos nuevas certificaciones -BREEAM Outstanding In-Use y Fitwel 3-Star- que se suman a las ya existentes Living Building Challenge, LEED Platinum, WELL Platinum y SITES Platinum.

A medida que avanza el tiempo, **Phipps se complace en estar a la vanguardia de la sostenibilidad** y espera compartir el impacto de nuestros innovadores programas y el diseño de los edificios en todo el mundo.

FOTO.

» Phipps Conservatory and Botanical Gardens (EE.UU.).
Foto de Lofty Views.





SIX SENSES LAAMU Y LA INICIATIVA SUBMARINA DE LAS MALDIVAS (MUI)

REPRODUCCIÓN DE LOS CORALES

Los atolones de las Maldivas constituyen el séptimo sistema de arrecifes más grande del mundo y son la base sobre la que existe el país.

Estos arrecifes contienen más de una cuarta parte de las especies complejas de coral conocidas en el mundo, casi una quinta parte de todos los peces de arrecifes de coral, así como gigantes emblemáticos como las mantas, tiburones ballena y tortugas marinas. De hecho, actúan como barreras naturales que protegen a las islas bajas de la erosión y son recursos cruciales para las industrias clave del país: el turismo y la pesca. Lamentablemente, debido a la sobreexplotación y al cambio climático, estos arrecifes se degradan y pierden su capacidad de proporcionar apoyo a quienes dependen de ellos. **En 2016, más del 75% de los corales de las Maldivas murieron en un evento de blanqueo masivo debido a las elevadas temperaturas del mar.**

En los últimos dos años, **los biólogos marinos de Six Senses Laamu han estudiado el desove de los corales.** Se trata de la reproducción sexual del coral y la mejor manera de que los arrecifes se recuperen, ya que aumenta la abundancia natural de corales en el arrecife, además de

la diversidad genética, dando a los corales la oportunidad de adaptarse a través de su siguiente generación.

En las Maldivas no se sabe mucho sobre los eventos de desove de los corales. A partir de estudios realizados en otros lugares, se piensa que el fenómeno sólo se produce una o dos veces al año y está vinculado al ciclo lunar. No obstante, los biólogos marinos de las Maldivas no saben qué especies locales desovan, lo que es fundamental para comprender y ayudar eficazmente a la recuperación del arrecife.

Este año, Six Senses Laamu ha obtenido un permiso de investigación para tomar pequeñas muestras de corales del arrecife. Bajo la dirección de expertos del Horniman Museum and Gardens, el equipo examina estas muestras para determinar si hay huevos y en qué fase de desarrollo se encuentran. Así, cuando parece que los gametos están plenamente desarrollados, el equipo realiza inmersiones nocturnas para presenciar el desove de primera mano y registrar con precisión cuándo desovan las distintas especies.

Durante la luna llena de abril de 2021, el equipo se vio recompensado

cuando presenció el seguimiento de múltiples colonias de una especie que liberaba con éxito los huevos en la columna de agua. Al mes siguiente, ya encontraron más huevos en desarrollo en diferentes especies. Esto sugiere que pueden identificarse otros periodos de desove para especies concretas, lo que demuestra que aún queda mucho por aprender sobre la reposición natural del arrecife. El proyecto, de un año de duración, pretende inspirar a biólogos marinos de otros lugares del país para que investiguen la reposición natural. Con un mayor conocimiento de las especies que se reproducen con éxito y de los lugares donde se asientan, el equipo también orientará las zonas que deben protegerse mejor de la interferencia humana.

La Maldives Underwater Initiative (MUI) es una iniciativa de conservación con sede en Six Senses Laamu. MUI está formada por biólogos marinos, así como por sus tres ONG asociadas: The Manta Trust, Blue Marine Foundation y The Olive Ridley Project, que colaboran para alcanzar los objetivos de investigación, formación de los turistas y sensibilización a la comunidad.

FOTO.
» Maldives Underwater Initiative (MUI).

UN EXCELENTE EJEMPLO DE SKÅLEGAS TRABAJANDO EN UN PROYECTO SOSTENIBLE

TAMBIÉN ES UN EJEMPLO DE COLABORACIÓN ENTRE MIEMBROS A NIVEL MUNDIAL

El 18 de mayo de 2021, Skål International Düsseldorf dio la bienvenida vía Zoom a dos exitosos empresarios de Skål International Thailand, el **presidente Wolfgang Grimm** y el **vicepresidente Kevin Rautenbach**.

Los mensajes clave de esta reunión de Zoom fueron: **Skål International Tailandia ha conseguido, incluso en este difícil periodo, ganar un 40% de nuevos miembros gracias a ideas creativas y el apoyo a los clubs.** Y 'The Pavillons Anana Krabi Resort', uno de los productos turísticos más sostenibles de Tailandia, es un orgulloso miembro de Skål International Krabi.

Kevin Rautenbach presentó a los participantes de Alemania, Austria, Suiza y Luxemburgo su proyecto: Redescubrir Tailandia: **Rediscover Thailand**. La idea de este proyecto es que el Comité Nacional de Skål International Tailandia ofrezca una plataforma para que los miembros de Skål International muestren sus productos al mercado local e internacional y donde el Comité Nacional correrá con los gastos. Y es que, en estos tiempos difíciles, el Comité Nacional considera que el apoyo a los miembros del club es su principal deber, ya que **el acceso al mercado actual es un asunto mucho más crítico que las actividades de representación institucional.**

Así, bajo el paraguas global de Tailandia, los miembros de Skål International de 6 regiones distintas pueden mostrar sus excelentes productos: Bangkok, Chiang Mai, Hua Hin, Krabi, Phuket y Ko Samui. Al aunar sus esfuerzos bajo un mismo marco, esperan obtener más tráfico en sus webs para sus productos en el mercado a través de campañas conjuntas en los medios sociales.

Si alguna otra región de Skål International alrededor del mundo desea saber más sobre este innovador concepto, puede ponerse en contacto con **Kevin Rautenbach**.



WOLFGANG HOFMANN

Secretario de Skål International Düsseldorf



FOTO.

» Bote de cola larga solar.
Preservando el patrimonio marítimo.

Wolfgang Grimm ha seguido un camino único. Como profesional hotelero germano-australiano con 50 años en el negocio, trabajó 25 años para InterContinental Hotels en la región de Asia/Australia en un puesto directivo.

La combinación de conceptos hoteleros y naturales comenzó con su primera iniciativa de plantar árboles en la azotea del Hotel InterContinental de Sidney.

En 2012 siguió la llamada de los propietarios de los 3 hoteles Andamana de Krabi e inspirado por la cultura y naturaleza tailandesa, **abrió en 2019 su propio Resort EcoLuxe con certificación Green-Globe, 'The Pavillons Anana Krabi Thailand', con una biogranja propia.** Diseñado bajo el concepto del turismo sostenible, en ocho meses se convirtió en el hotel número uno de TripAdvisor en Krabi.

Este complejo turístico mantiene su compromiso con el medio ambiente con este enfoque: *"The Pavillons Anana Krabi se enorgullece de su compromiso ecológico y de su ecosostenibilidad. Creemos que esto demuestra nuestro compromiso continuo de garantizar que operamos de la forma más sostenible posible, proporcionando la mejor experiencia ecológica a nuestros huéspedes sin dañar la naturaleza"*.

El primer bote de cola larga con motor eléctrico de Tailandia, la reducción de plásticos, cinturas y envases, el consumo de energía y agua, son algunos de los puntos logrados bajo este concepto.

Por otro lado, el concepto 'de la granja a la mesa', que ofrece productos de la propia biogranja para la cocina de los tres restaurantes del hotel, incluido el mejor restaurante vegano de Krabi, el excelente estándar de servicio individual, las clases de yoga, una piscina infinita, una playa natural casi privada cercana, sauna con sala de cristal de sal, habitaciones acogedoras, interacción con los líderes de la comunidad local, lo convierten en un resort para unas vacaciones relajadas e inspiradoras.

El ecoemprendedor y presidente de Skål International Tailandia inspira a los expertos en turismo de Tailandia a mejorar los estándares de sostenibilidad en beneficio de la comunidad tailandesa y de sus huéspedes de todo el mundo.

Si deseas más información sobre el concepto ecológico o conseguir una buena oferta para los miembros de Skål International, puedes ponerte en contacto con **Wolfgang Grimm.**

FOTO.

» The Pavillons Anana Krabi. [Visita la web.](#)

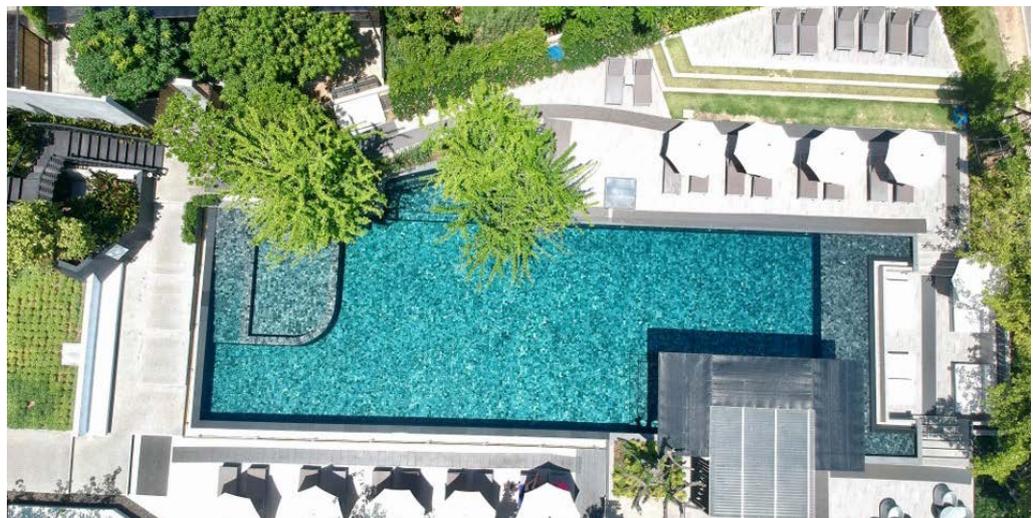


FOTO.

» Piedra volcánica, piscina natural de agua de montaña.

FOTO.

» Cocina Especializada de Cooper. Cocina basada en plantas.



FOTO.

» AQUA - Playa natural privada.

HISTORIA DE **LOS PREMIOS** **TURISMO** **RESPONSABLE**

SKÅL INTERNATIONAL ES UN MIEMBRO AFILIADO DE LA OMT, CUYA MISIÓN ES PROMOVER UN TURISMO RESPONSABLE, SOSTENIBLE Y UNIVERSALMENTE ACCESIBLE.

SKÅL INTERNATIONAL PUSO EN MARCHA LA INICIATIVA CONOCIDA COMO 'PREMIOS ECOTURISMO' A RAÍZ DE LA DECLARACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS DE 2002 COMO AÑO DEL ECOTURISMO Y LAS MONTAÑAS, PARA RECONOCER LAS MEJORES PRÁCTICAS EN TODO EL MUNDO.



**A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z**

A TRAVÉS DE LOS AÑOS

Desde entonces, Skål International ha premiado a empresas del sector público y privado, a ONG y a organismos gubernamentales que aplican las mejores prácticas en materia de turismo sostenible y responsable.

El turismo ecológico y responsable es sólo una pequeña parte del turismo sostenible. Para tener un impacto y un reconocimiento más significativos en el ámbito del desarrollo sostenible en el turismo, Skål International ha querido considerar el turismo ecológico y responsable como parte del panorama más amplio del turismo sostenible.

Por ello, los premios pasaron a llamarse Premios al Desarrollo Sostenible en el Turismo en 2011 y, más recientemente, **Premios de Turismo Sostenible**.

Un total de **857 candidaturas de todo el mundo se han presentado a este programa de premios** desde el lanzamiento de estos prestigiosos premios en 2002.

A lo largo de los años, el programa ha contado con valiosas experiencias y colaboraciones de destacadas personalidades relacionadas con la Sostenibilidad, que han actuado como jueces independientes.

Skål International se enorgullece de haber contado con entidades como la OMT, PATA, Green Globe, Sustainable Travel International, el Responsible Tourism Institute o The Centre for Responsible Travel, entre otros.

Este año, en su 20ª edición, estamos encantados de volver a contar con el apoyo de **Biosphere Tourism** en el marco de los Premios de Turismo Sostenible.

EVOLUCIÓN DEL LOGO

2009



2011



2020



30 JUNIO FECHA LÍMITE
PARA LA RECEPCIÓN DE SOLICITUDES



SKÅL



INTERNATIONAL

Connecting Tourism Globally

SUSTAINABLE TOURISM AWARDS

PREMIO ESPECIAL 2021



RESPONSIBLE
TOURISM INSTITUTE



BIOSPHERE

ABIERTO A TODAS LAS EMPRESAS DEL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO, INSTITUCIONES EDUCATIVAS, ONG Y ORGANISMOS GUBERNAMENTALES RELACIONADOS CON EL TURISMO.



PREMIOS
TURISMO
SOSTENIBLE
DE SKÅL
INTERNATIONAL

¡LA CONVOCATORIA PARA
LOS PREMIOS DE TURISMO
SOSTENIBLE 2021 SIGUE
ABIERTA HASTA EL 30
JUNIO 2021!



Durante 20 años, Skål International ha reconocido las mejores prácticas de Turismo Sostenible y Responsable en todo el mundo.

Como Miembros Afiliado de la OMT, cuya misión es promover un Turismo responsable, sostenible y universalmente accesible, **Skål International creó los Premios Turismo Sostenible tras la declaración de las Naciones Unidas de 2002 como Año del Ecoturismo y las Montañas.**

Desde entonces, **más de 850 participantes** de todo el mundo se han presentado al certamen. En su **20ª edición**, esperamos conseguir otro éxito rotundo.

QUIÉN PUEDE PARTICIPAR

Empresas turísticas del sector público y privado, ONG, organismos gubernamentales e instituciones educativas relacionadas con el Turismo en todo el mundo.

Todas las operaciones y actividades sostenibles deben ser implementadas por la entidad que solicita el premio.

Los proyectos o iniciativas que aún no estén en funcionamiento no son seleccionables.

CATEGORÍAS DISPONIBLES



1. PROYECTOS COMUNITARIOS Y GUBERNAMENTALES
2. NATURALEZA Y BIODIVERSIDAD
3. PROGRAMAS EDUCATIVOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN
4. ATRACCIONES TURÍSTICAS IMPORTANTES
5. ACTIVIDADES MARINAS Y COSTERAS
6. ALOJAMIENTOS RURALES
7. OPERADORES TURÍSTICOS - AGENTES DE VIAJES
8. TRANSPORTE TURÍSTICO
9. ALOJAMIENTOS URBANOS

CÓMO PARTICIPAR

Es muy sencillo. Sólo hay que cumplimentar el **formulario de solicitud** antes del 30 de junio a las 23.59 CET. Es aconsejable que el contenido completo esté en inglés.

Se requerirá una carta de aval que apoye y confirme las iniciativas sostenibles reflejadas en el formulario de solicitud. Ésta puede ser proporcionada por el club Skål International local, otra organización turística reconocida o un organismo gubernamental de Turismo.

No se tendrán en cuenta las solicitudes incompletas.

PREMIO ESPECIAL 2021

Skål International ha establecido una colaboración con **Biosphere©** y el **Responsible Tourism Institute** para otorgar el **Premio Especial Skål Biosphere Sustainable Lifestyle** que será entregado a uno de los ganadores de los Sustainable Tourism Awards. El ganador será seleccionado en base a los pilares de sostenibilidad del Instituto de Turismo Responsable. Biosphere© obsequiará al ganador con un año de suscripción gratuita a la plataforma Biosphere Sustainable Lifestyle, donde podrá crear un Plan de Sostenibilidad personalizado para la mejora continua y el reconocimiento de los esfuerzos de su empresa u organización.

ANUNCIO DE LOS GANADORES

La ceremonia de entrega de los Premios de Turismo Sostenible suele tener lugar durante la Ceremonia de Apertura de nuestro Congreso Mundial Skål International anual.

Se proporcionará más información próximamente.



CONTACTA CON NOSOTROS PARA MÁS INFORMACIÓN.

¿POR QUÉ DEBERÍAS PARTICIPAR EN ESTOS PREMIOS?



Para **mejorar tu visibilidad y obtener reconocimiento** por tu destacado desempeño en el turismo sostenible y responsable.

Para **aumentar tus contactos y presentar sus productos y servicios** a los profesionales del turismo de todo el mundo.

Para ganar **cobertura mediática** entre todos los miembros de Skål International en todo el mundo y nuestros contactos de prensa internacionales.

Para recoger personalmente el premio durante el **Congreso Mundial de Skål International** con una excelente oportunidad para establecer contactos con profesionales del Turismo de todo el mundo.

Para tener la oportunidad de ganar una **suscripción gratuita a la plataforma Biosphere Sustainable Lifestyle**.





Clean. Safe. Service from the Heart.

Because we care, Best Western® Hotels & Resorts was one of the first hotel brands to implement enhance cleaning protocols with our **We Care CleanSM** program.

When you are ready to travel, we are ready to welcome you back with a full heart.



Best Western
We Care CleanSM



[bestwestern.com](https://www.bestwestern.com)

