

INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2015

Nuestro compromiso con la sostenibilidad

Nuestra empresa Vision Tours se comprometió a trabajar en la sostenibilidad del medio ambiente y la cultura a comienzos del año en Marzo de 2015, nuestro compromiso primordial es dar un uso óptimo a los recursos naturales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, elaboramos los siguientes programas de sostenibilidad

1. Utilización productos biodegradables
2. Manejo integral de residuos
3. Promoción y o apoyo a organizaciones
4. Programa ahorro de energía
5. Programa ahorro de agua
6. Promoción del patrimonio natural, cultural y artesanal.

Nuestra Política de Sostenibilidad

Vision Tours está comprometido con el desarrollo del país difundiendo y cumpliendo con la política de Sostenibilidad que contribuye al cuidado del medio ambiente y la cultura, integrando el bienestar socioeconómico. Fomentamos el buen uso de nuestros servicios públicos y el manejo de los residuos para apoyar las buenas prácticas de sostenibilidad.

Historia

Vision Tours es una agencia de viajes familiar con 33 años de labores en el mercado Colombiano, su solidez y cumplimiento es altamente reconocido en el ámbito Nacional; nuestra organización se encuentra registrada y afiliada a los diferentes entes reguladores del sector del gremio del Turismo como lo son:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
- Asociación de Agencia de Viajes ANATO
- Asociación de transporte Aéreo Internacional IATA

Para garantizar a nuestros clientes la excelencia en el servicio, la compañía obtuvo la certificación de la calidad desde el 2003 en las siguientes Normas Técnicas Sectoriales, las cuales garantizan una optimización en cada uno de los procesos concernientes al servicio de una Agencia de Viajes:

- NTS AV 01 (Atención al cliente en agencias de viajes)
- NTS AV 02 (Reserva en agencias de viajes)
- NTS AV 03 (Infraestructura)
- NTS AV 04 (Diseño de paquetes turísticos)

Visión Tours pertenece al grupo empresarial turístico OVER S.A., el cual garantiza a su empresa el respaldo de 41 agencias de viajes a nivel nacional, con más de 90 puntos de servicio y venta en 20 ciudades del país, brindando apoyo a nuestros clientes en los aeropuertos de las principales ciudades del territorio nacional.

MISION

Over Visión Tours es una empresa del sector turismo que se dedica a satisfacer la necesidad de viajes o de información de turismo a clientes, cuyo propósito ha sido siempre obtener un beneficio económico y mantener una posición destacada dentro del sector del turismo en cuanto a su participación positiva sobre las ventas totales del mismo, apoyado por sus clientes.

Estamos comprometidos con nuestros proveedores, nuestros clientes y con nuestros accionistas, ofreciendo la calidez de nuestro servicio, representado en la fuerza de nuestro recurso humano, el cual, día a día trabaja para mejorar y satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

VISION

Ser una empresa comercializadora de servicios turísticos que sea capaz de suplir los requerimientos de sus clientes y ser reconocida por los mismos como una muestra de buen desempeño y atención, apoyada en un recurso humano comprometido, calificado, motivado y con la mejor tecnología para cumplir con las normas legales y fiscales vigentes.

PROGRAMAS PARA LA SOSTENIBILIDAD

1. Utilización productos biodegradables

Nuestro objetivo es contribuir a disminuir la contaminación del medio ambiente y nuestra meta es utilizar el 100% los productos de aseo biodegradables.

ACTIVIDADES	RECURSOS
Comprar productos biodegradables	Productos de aseo biodegradables.
Capacitar a la encargada del aseo en el manejo de estos productos y sensibilizar al personal.	Capacitación

Se realizó nueva selección del proveedor de los productos de aseo exigiéndole las fichas técnicas y una capacitación para la señora encargada del aseo, logrando establecer relaciones comerciales con la empresa Multicaps Ltda., que cumplieran con los requisitos exigidos, capacitando al personal y enviando los respectivos productos con su ficha técnica.

2. Manejo integral de residuos



VisionTours

over *Expertos en viajes*

Tiene como objetivo aprender a clasificar los residuos, reutilizar y reciclar y contribuir con la conservación del medio ambiente.

ACTIVIDADES	RECURSOS
Analizar el tipo de residuos que se generan en la empresa.	Residuos generados.
Crear un programa de manejo integral de residuos que contenga (minimización, realización, separación, reciclaje y disposición adecuada	Programa de manejo integral de residuos.
Registrar la cantidad mensual de residuos que se generan.	Formato de registro
Capacitar al personal sobre el programa de manejo integral de residuos de la empresa	Capacitación

Se realizaron las capacitaciones para concientizar a los empleados con el fin de que aprendieran a identificar los residuos Orgánicos y reciclables con el fin de separar nuestras basuras con Basura Cero.

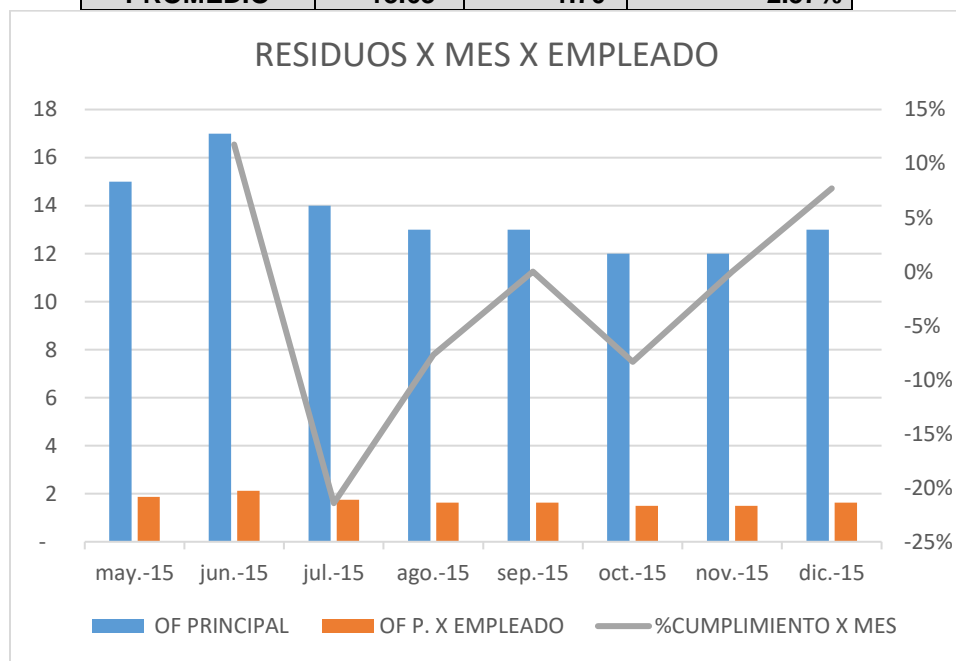
Resultados obtenidos después de evaluar nuestras dos Oficinas: Principal y Zimma

Mensualmente se empezó a pesar en Kilogramos la cantidad de residuos que salen de la oficina, sacando el peso de residuos mensuales por empleado buscando disminuir en 1% comparado con el mes anterior a la generación de residuos.

OFICINA PRINCIPAL

Peso Kg

MES	OF PRINCIPAL	OF P. X EMPLEADO	%CUMPLIMIENTO X MES
may-15	15	1.88	
jun-15	17	2.13	12%
jul-15	14	1.75	-21%
ago-15	13	1.63	-8%
sep-15	13	1.63	0%
oct-15	12	1.50	-8%
nov-15	12	1.50	0%
dic-15	13	1.63	8%
PROMEDIO	13.63	1.70	-2.57%



Según nuestros resultados empezando a tomar los pesos de residuos desde mayo hasta diciembre de 2015 podemos sacar las siguientes conclusiones

AÑO	OF PRINCIPAL	OFF X EMPLEADO	%CUMPLIMIENTO X MES
PROMEDIO 2015	13.63KG	1.70 KG	-3%

Vision Tours

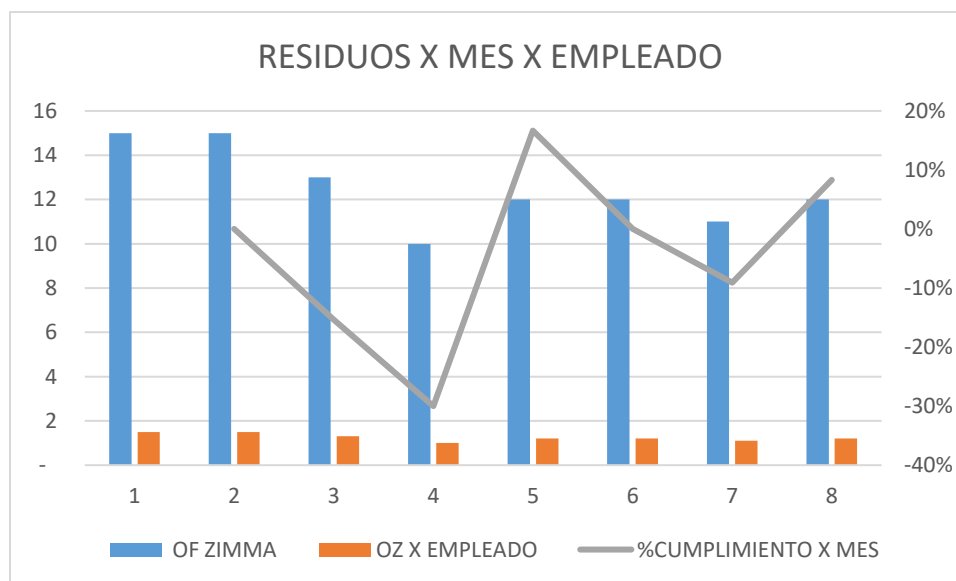
over *Expertos en viajes*

El promedio de residuos del año fue de 13.63 Kg en total por la oficina y 1.70 Kg por persona en promedio por año, siendo los meses iniciales mayo y junio los meses más altos con 15 y 17 Kg así como el peso que cada empleado produjo 1.88 y 2.13 Kg, la tendencia muestra que se logró llegar a la meta en los meses de Julio- Agosto y Octubre, en septiembre y noviembre el peso se mantuvo igual al del mes anterior, y en junio y diciembre se generaron más residuos que el mes anterior, en general el promedio es de -3% que cumple la meta establecida.

Oficina Zimma

Peso Kg

MES	OF ZIMMA	OZ X EMPLEADO	%CUMPLIMIENTO X MES
may-15	15	1.50	
jun-15	15	1.50	0%
jul-15	13	1.30	-15%
ago-15	10	1.00	-30%
sep-15	12	1.20	17%
oct-15	12	1.20	0%
nov-15	11	1.10	-9%
dic-15	12	1.20	8%
PROMEDIO	12.50	1.25	-4.21%



Resultados

AÑO	OF ZIMMA	OZ X EMPLEADO	%CUMPLIMIENTO X MES
PROMEDIO 2015	12.50 Kg	1.25 Kg	-4%

El promedio de residuos del año fue de 12.5 Kg en total por la oficina y 1.25 Kg por persona en promedio por año, siendo los meses iniciales mayo y junio los meses más altos con 15 y 15 Kg así como el peso que cada empleado produjo 1.50 Kg, la tendencia muestra que se logró llegar a la meta en los meses de Julio- Agosto, en junio y octubre el peso se mantuvo igual al del mes anterior, y en septiembre y diciembre se generaron más residuos que el mes anterior, en general el promedio es de -4% que cumple la meta establecida.

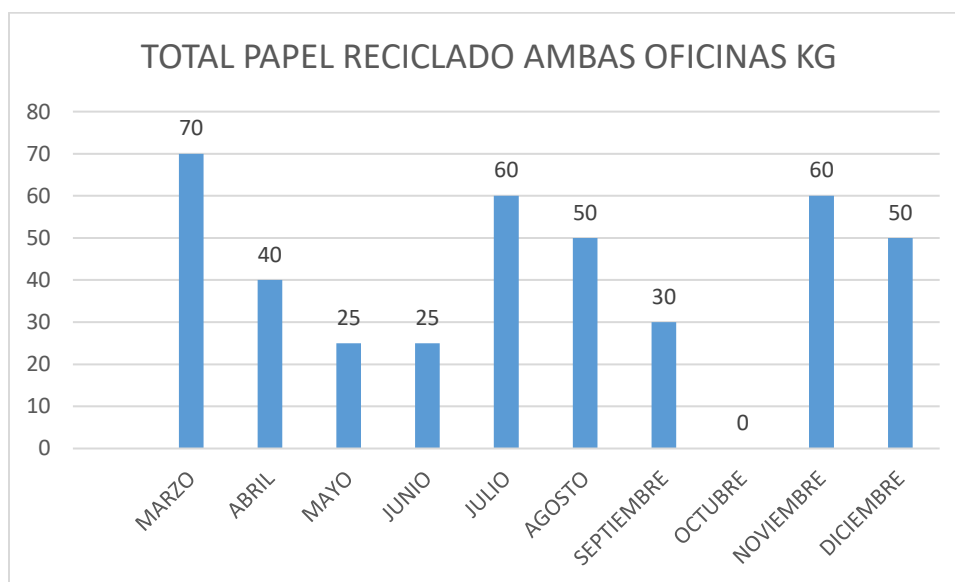
Curiosamente en el mes de diciembre se genera un Kilo más de residuos en ambas oficinas debido a final de año se arrojan las cosas que están desactualizadas o no se usan.

Reciclaje



Se reutiliza y recicla el papel para contribuir con la comunidad Asociación de recicladores de chapinero quienes certifican el peso y material de los elementos reciclados durante el mes. Adjunto tabla por mes con el Peso total del papel reciclado vs el comprado y Recycle promedio mensual por persona colocando un punto de reciclaje donde pueden depositar el papel

AÑO	MES	TOTAL PAPEL RECICLADO AMBAS OFICINAS KG	Kg x persona	Compra Papel mensual kg	Sin reciclar en Kg	Reciclado	Se dejo de Reciclar
2015	MARZO	70	3,9	56,25	0	100%	0%
2015	ABRIL	40	2,2	56,25	16	71%	29%
2015	MAYO	25	1,4	56,25	31	44%	56%
2015	JUNIO	25	1,4	56,25	31	44%	56%
2015	JULIO	60	3,3	56,25	0	100%	0%
2015	AGOSTO	50	2,8	56,25	6	89%	11%
2015	SEPTIEMBRE	30	1,7	56,25	26	53%	47%
2015	OCTUBRE	0	0,0	56,25	56	0%	100%
2015	NOVIEMBRE	60	3,3	56,25	0	100%	0%
2015	DICIEMBRE	50	2,8	56,25	6	89%	11%
PROMEDIO		41	2	56	17	69%	31%



Se establece como meta reciclar al menos un 20% del papel comprado por mes teniendo en cuenta que se reutilice y recicle, compramos una caja y media de resmas de papel natural x 15 resmas, con un peso de 3.75 Kg c/u para un total mensual aproximado de 56,25 Kg. En todos los meses se ha superado la meta de reciclaje en promedio un 69% de papel reciclado vs el papel comprado, el

único mes que no se registró el monto reciclado fue en octubre ya que la empresa ASOCHAPINERO no recogió el recicle y se unió con el de Noviembre que marco 60 Kg.

Vemos el compromiso de los trabajadores con el tema de reciclar papel.

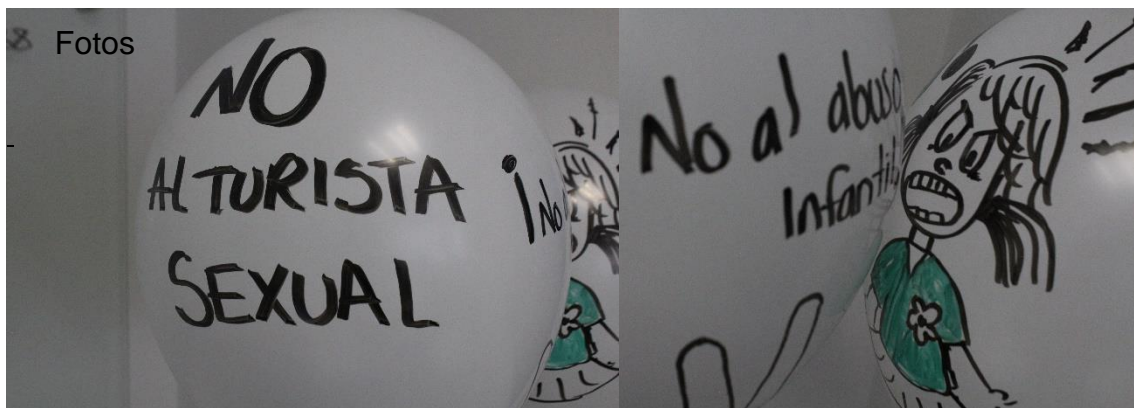
3. Promoción y o apoyo a organizaciones

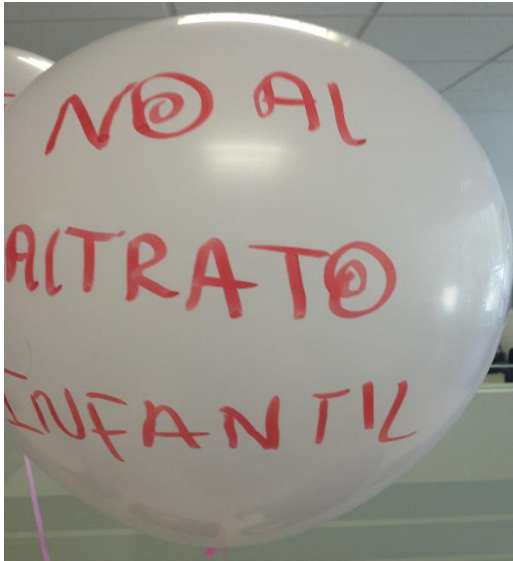
Como objetivo: Vincularnos con las organizaciones que trabajan por el bienestar natural cultural y social de nuestro país.

Iniciamos el año buscando las organizaciones que trabajan por la prevención del ESCNNA, tráfico ilícito de flora y fauna, tráfico de bienes culturales y como apoyar a la comunidad y participar en actividades sociales.

ACTIVIDADES	RECURSOS
Buscar y contactar organizaciones que trabajen por la prevención del ESCNNA tráfico ilícito de flora y fauna, tráfico de bienes culturales y alguna comunidad vulnerable y algunas actividades sociales.	Promoción y apoyo que soliciten estas organizaciones.
Brindar la promoción o el apoyo que soliciten estas organizaciones	

Procesos: en Febrero 17 de 2015 a las 11:30 participamos en la campaña que Organizo la Policía Nacional sobre el rechazo a la Explotación Sexual de Niños Niñas y Adolescentes. Soltando globos blancos con mensajes de rechazo, participando todos los empleados de la empresa.





Vision Tours

over *Expertos en viajes*



En Abril y Mayo realizamos el contacto con la fundación Pazamanos y nos unimos a su campaña No al turista sexual, promoviendo unos videos en nuestra página Web www.volemos.com.co

Link <http://www.volemos.co/index.php/vision-tours/politica-de-sostenibilidad>

Videos sobre el rechazo al Turista Sexual

- ❖ <https://www.youtube.com/watch?v=2J3Y1PBcxD4&list=PLJiuGwl5fYWkQyt6NSOuUcYSO7cyR1VDF>
- ❖ <https://www.youtube.com/watch?v=QizXSCtK0II&index=2&list=PLJiuGwl5fYWkQyt6NSOuUcYSO7cyR1VDF>
- ❖ https://www.youtube.com/watch?v=qtmULdFq_gg&index=3&list=PLJiuGwl5fYWkQyt6NSOuUcYSO7cyR1VDF



En Junio se apoya campaña de Unesco Tus Acciones Cuentan

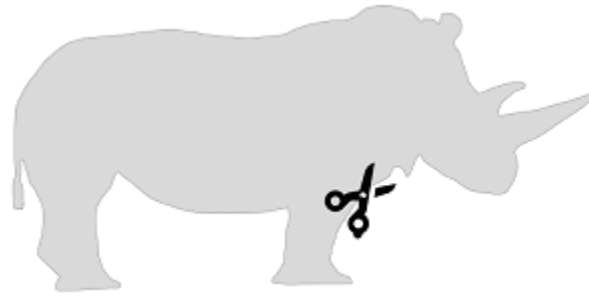
https://drive.google.com/file/d/0B_mCXNTrYP0ATTBIMHJEOVZPcTQ/view



Flora y fauna

¿Sabías que?

La Matanza de animales silvestres está teniendo un impacto devastador y algunas especies se enfrentan a la posibilidad real de su extinción. Elefantes, rinocerontes y tigres son tres de las especies de mayor tamaño amenazadas, que se abaten insensatamente por sus colmillos, sus cuernos y su piel, unas muertes que a menudo alimentan además la delincuencia organizada.*



¿QUÉ PUEDES HACER?

Piénsalo dos veces antes de comprar o consumir algo fabricado con un árbol, una planta o un animal exótico, porque puedes estar contribuyendo a su extinción o explotación. Antes de viajar, infórmate de aquellos platos locales exóticos que puedan contener productos ilegales. No olvides que muchos países, quizás también el tuyo, imponen sanciones a quienes trafican con animales silvestres protegidos, plantas exóticas o productos de madera de especies amenazadas.

* Delincuencia organizada transnacional. Delito contra el medio ambiente: tráfico ilícito de especies silvestres y maderas, Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC).

Trata de personas

¿Sabías que?

En términos globales, un 55-60% de las víctimas detectadas de la trata de personas son mujeres, mientras que un 27% son menores, de los cuales dos tercios son niñas.*



¿QUÉ PUEDES HACER?

Si crees que alguien está siendo forzado a trabajar contra su voluntad o que está siendo maltratado o si simplemente ves algo que crees que no está bien en un bar, un hotel o un

Vision Tours

over *Expertos en viajes*

restaurante, informa de ello. Tus acciones pueden ser esenciales para evitar la explotación sexual y el trabajo forzoso. Los niños son especialmente vulnerables: *No dejes que viaje el abuso de menores.*

* Informe mundial sobre la trata de personas, Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC).

Artefactos culturales

¿Sabías que?

El volumen de negocio de los bienes culturales de procedencia lícita e ilícita ascendía aproximadamente a 40.000 millones de dólares de los EE.UU. en 1993. Esta cifra se ha incrementado a unos 60.000 millones de dólares, lo que supone un aumento del 50% en diez años*. El tráfico ilícito por sí solo se valora en 7.000 millones de dólares al año, y a menudo implica a grupos de delincuencia organizada y a redes criminales.**



¿QUÉ PUEDES HACER?

Asegúrate de que los *souvenirs* que te llesves a casa tengan un historial documentado y legal, que no sean objetos robados y que tengan permiso de exportación. Pregunta por el origen de lo que estás comprando y piensa siempre en la riqueza de la historia y el patrimonio de tu propio país y en cómo te sentirías si te lo arrebataran.

* La Convención de la UNESCO de 1970. Sus nuevos desafíos, editado por Jorge A. Sánchez Cordero, Universidad Nacional Autónoma de México, 2013.

Falsificaciones

¿Sabías que?

Los productos falsificados generan 250.000 millones de dólares de los EE.UU. al año para los delincuentes. Muchos de estos productos no son seguros ni se han fabricado con criterios éticos.*



¿QUÉ PUEDES HACER?

Cuando compras algo que parece una verdadera ganga, puedes creer que estás ayudando a un pequeño mercado o a un vendedor callejero. Pero detrás hay a menudo intereses criminales, que incluso coaccionan o explotan a los vendedores. Evita poner tu dinero en manos de la delincuencia organizada y compra con criterios éticos cuando te encuentres en el extranjero.

* Productos falsificados: No apoyes el crimen organizado, Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC).

Drogas ilícitas

¿Sabías que?

Algunas bandas utilizan a los viajeros como cebo para llamar la atención de las autoridades y distraerlas mientras se pasan alijos muchos mayores.



¿QUÉ PUEDES HACER?

El tráfico de drogas no es un riesgo que merezca la pena correr: es ilegal y si te atrapan, acabarás en la cárcel con graves consecuencias. No laves paquetes ni artículos de ninguna otra persona, ya que ignorar su contenido no exime de cumplir la ley.

4. Programa ahorro de energía

**No porque la tengamos,
debemos desperdiciarla...**



**Cuidemos al mundo...
Ahorrando la
energía**

Buscamos Sensibilización y concientización en el manejo del recurso.

ACTIVIDADES	RECURSOS
llevar el registro del consumo de energía	formato
Colocar los avisos de ahorro de energía	avisos informativos
capacitar al personal sobre la importancia del ahorro de energía	capacitador
Realizar plan de mantenimiento preventivo de equipos e instalaciones de las fuentes de energía.	Persona capacitada y formato cronograma de mantenimiento

Se realizan registros de los consumos de energía mensualmente midiendo el consumo de electricidad por mes 1 (anterior) vs mes 2 (siguiente) Por oficina y por empleado, logramos acceder a la información desde Julio de 2014 para poder hacer comparaciones en Kwh por hora empezando en marzo de 2015.

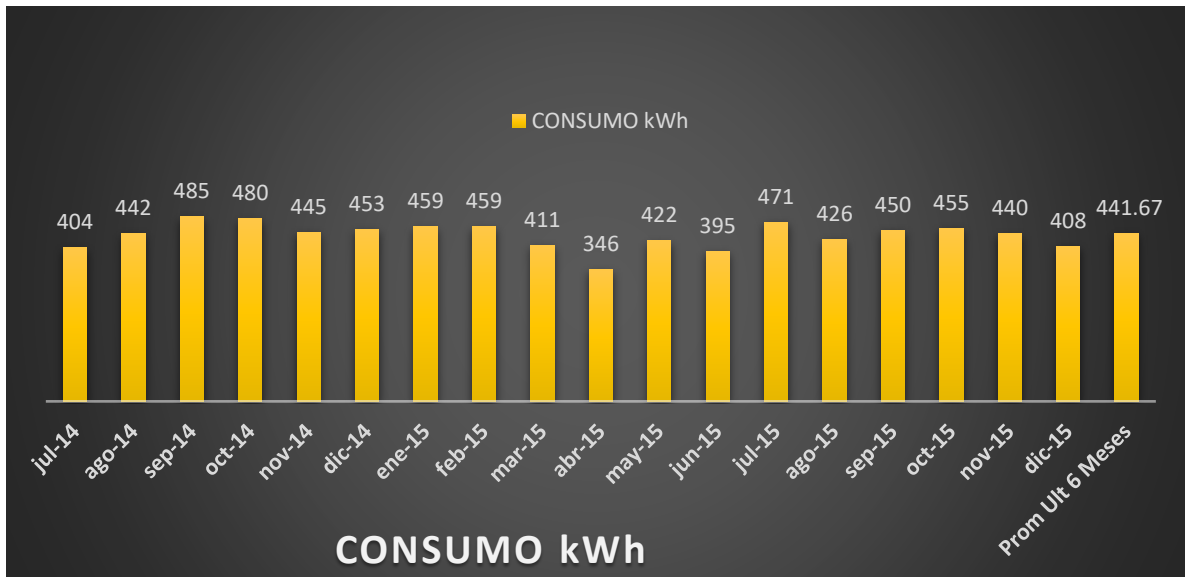
OFICINA PRINCIPAL

MES	CONSUMO kWh	MES1 VS MES2	x 8 Empleados	MES1 VS MES2
jul-14	404		50,50	
ago-14	442	9%	55,25	9%
sep-14	485	9%	60,63	9%
oct-14	480	-1%	60,00	-1%
nov-14	445	-8%	55,63	-8%
dic-14	453	2%	56,63	2%
ene-15	459	1%	57,38	1%
feb-15	459	0%	57,38	0%
mar-15	411	-12%	51,38	-12%
abr-15	346	-19%	43,25	-19%
may-15	422	18%	52,75	18%
jun-15	395	-7%	49,38	-7%
jul-15	471	16%	58,88	16%
ago-15	426	-11%	53,25	-11%
sep-15	450	5%	56,25	5%
oct-15	455	1%	56,88	1%
nov-15	440	-3%	55,00	-3%
dic-15	408	-8%	51,00	-8%
Prom Ult 6 Meses	442	0,13%	55,21	0,13%

Vision Tours

over *Expertos en viajes*

En los últimos seis meses el promedio es de 442Kwh y presentando un 0,13% de incremento comparado con el mes anterior.



Al empezar las capacitaciones y sensibilización del tema de sostenibilidad y ahorro de energía se empieza ver un gran cambio, el consumo más bajo en marzo comparado con enero y febrero y el mínimo del año en Abril con 346 Kwh. Después se presentan comportamientos de incremento y disminución siendo Julio el mes más alto con 471 Kwh, se detalla que en este mes se han extendido las jornadas de trabajo hasta las 7 y 8 pm.

	CONSUMO Kwh	x Empleado Kwh	variación
PROMEDIO 2014	451,5	56,4	
PROMEDIO 2015	428,5	53,6	-5,37%

Comparado con el 2014 se observa que el consumo promedio ha disminuido en un 5,37% cumpliendo la meta de estar por debajo del promedio. Y disminuyendo más de 1% en 6 meses del año contrarrestando los otros 6. El promedio por persona baja a 53,6 Kwh.

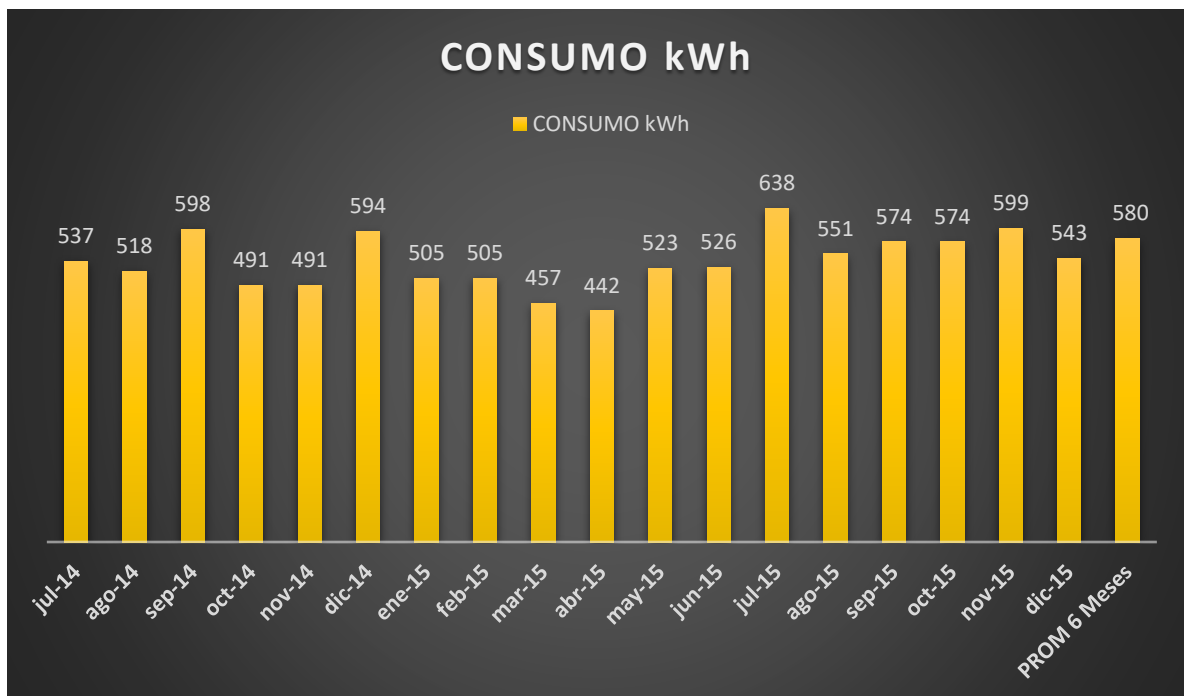
OFICINA ZIMMA

MES	CONSUMO kWh	MES1 VS MES2	x Empleado	MES1 VS MES2
Jul-14	537		53,70	
ago-14	518	-4%	51,80	-4%
sep-14	598	13%	59,80	13%

Vision Tours

over *Expertos en viajes*

oct-14	491	-22%	49,10	-22%
nov-14	491	0%	49,10	0%
dic-14	594	17%	59,40	17%
ene-15	505	-18%	50,50	-18%
feb-15	505	0%	50,50	0%
mar-15	457	-11%	45,70	-11%
abr-15	442	-3%	44,20	-3%
may-15	523	15%	52,30	15%
jun-15	526	1%	52,60	1%
jul-15	638	18%	63,80	18%
ago-15	551	-16%	55,10	-16%
sep-15	574	4%	57,40	4%
oct-15	574	0%	57,40	0%
nov-15	599	4%	59,90	4%
dic-15	543	-10%	54,30	-10%
PROM 6 Meses	580	0%	58	0%

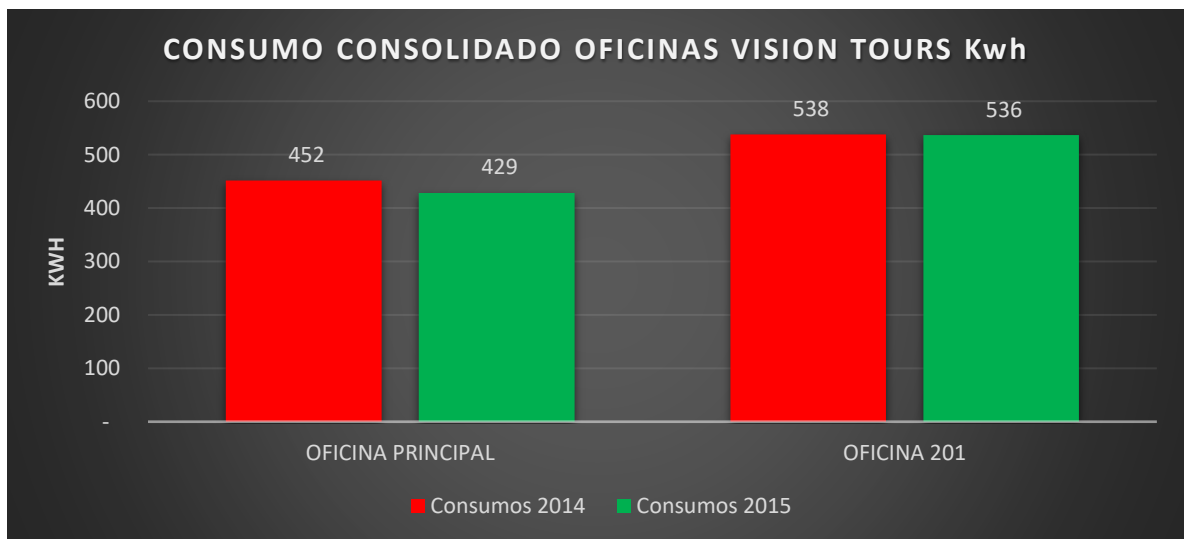


Al igual que la otra oficina podemos observar que los mejores meses en que se ahorró energía fue en marzo y abril el menor consumo del año con 442 Kwh que no se ha mantenido, después se presentan comportamientos de incremento y disminución siendo Julio el mes más alto con 638 Kwh , se detalla que en este mes se han extendido las jornadas de trabajo hasta las 7 y 8 pm.

	CONSUMO Kwh	x Empleado Kwh	variación
PROMEDIO 2014	538,2	53,8	
PROMEDIO 2015	536,4	53,6	-0,33%

Comparado con el 2014 se observa que el consumo promedio ha disminuido en un 0,33% con un mínimo debajo del promedio del 2014. Y disminuyendo más de 1% en solo 4 meses donde se incrementó. El promedio por persona baja a 53,6 Kwh. Siendo el mismo consumo que la principal pero con la diferencia que en la Zimma hay más personas.

Se debe buscar la forma de disminuir el consumo para el 2016 ya que la variación es poco significativa.



5. Programa ahorro de agua



Por un grifo abierto corren hasta 12 litros de agua por minuto
 Ciérralo mientras te enjabonas, te afeitas o te lavas los dientes.



Vigila las posibles fugas de agua en el inodoro y en los grifos
 De manera imperceptible podemos estar desperdiciando litros y litros de agua sin darnos cuenta.



Dúchate en vez de bañarte
 Incluso puedes 'recuperar' con un cubo el agua de la ducha hasta que llega caliente. Con griferías monomando y termostáticas ahorrarás aún más.



Riega tus macetas siempre al anochecer o al amanecer
 Al ser más baja la temperatura evitarás pérdidas de agua por evaporación.



Reduce la capacidad de carga de tu cisterna
 Puedes meter dentro una o varias botellas de plástico llenas: cada vez que tires de la cadena gastarás varios litros menos.



Llena la lavadora y el lavavajillas
 Una lavadora puede gastar hasta 90 litros cada vez que la utilizas. Un lavavajillas, alrededor de 30. Así que úsalos inteligentemente: ponlos siempre a carga completa.



Coloca atomizadores en los grifos
 Con unas pequeñas piezas que 'mezclan' el agua con aire y crean la sensación de mayor chorro con menor cantidad de líquido.



No uses el inodoro como cubo de basura
 Coloca una papelera de aseo. Ahorrarás de 6 a 12 litros de agua cada vez que vacíes la cisterna.

Sensibilización y concientización del recurso del agua y la importancia de ahorrar

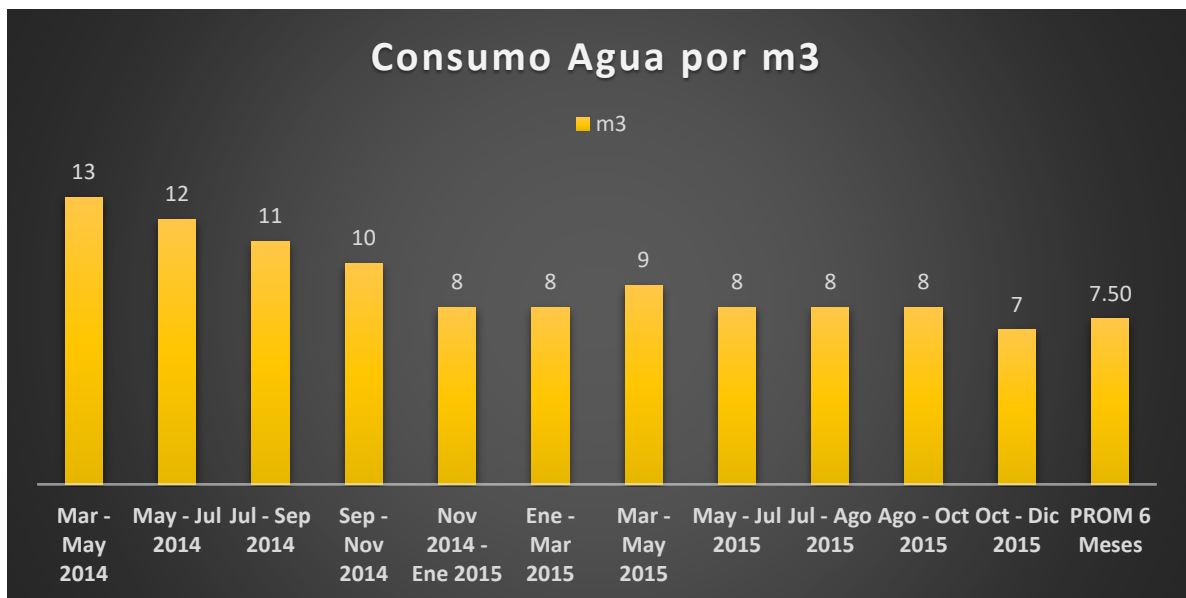
ACTIVIDADES	RECURSOS
Colocar letreros de ahorro en las llaves y bajar el nivel de presión del agua.	Letreros en cada punto donde hay llaves
Llevar registros del consumo de agua	Formato de registro.
Realizar mantenimientos a los equipos instalaciones hidráulicas y sanitarias.	Formato de mantenimiento.
Capacitación y sensibilización del manejo del recurso.	Capacitación.

Se realizan los registros de los consumos mensuales sacando el valor de consumo por persona en metros cúbicos contando con registros desde marzo del 2014 para su comparación

OFICINA PRINCIPAL

MES	m3	%	M3/por empleado
Mar - May 2014	13		1,63
May - Jul 2014	12	-8%	1,50
Jul - Sep 2014	11	-9%	1,38
Sep - Nov 2014	10	-10%	1,25
Nov 2014 - Ene 2015	8	-25%	1,00
Ene - Mar 2015	8	0%	1,00
Mar - May 2015	9	11%	1,13
May - Jul 2015	8	-13%	1,00
Jul - Ago 2015	8	0%	1,00
Ago - Oct 2015	8	0%	1,00
Oct - Dic 2015	7	-14%	0,88
PROM 6 Meses	7,50	-0,07	0,94

Total personas 8



Promedio últimos 6 meses 7,5 m3,

Como podemos apreciar en la gráfica se registra una disminución del consumo del 2014 al 2015, el consumo de Marzo-Mayo fue el más alto del año pero se mantiene por debajo del promedio del 2014.

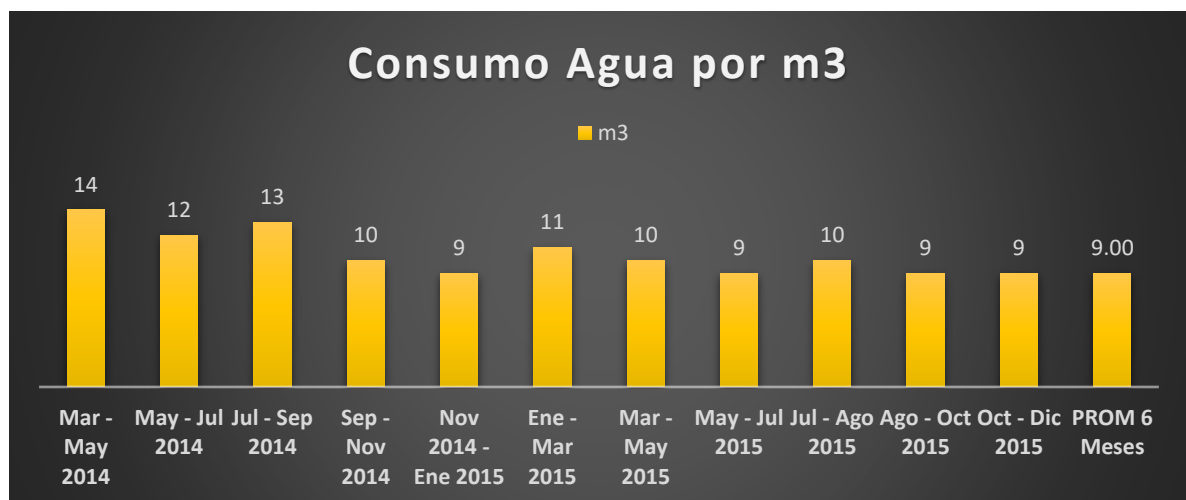
Año	m3	%	M3/por empleado
PROMEDIO 2014	10,8		1,4
PROMEDIO 2015	8,0	-35%	1,0

En general se ve una reducción de un 35% de 10,8 m3 a 8 m3 y por persona de 1,4 m3 a 1 m3.

OFICINA ZIMMA

MES	m3	%	M3/por empleado
Mar - May 2014	14		1,40
May - Jul 2014	12	-17%	1,20
Jul - Sep 2014	13	8%	1,30
Sep - Nov 2014	10	-30%	1,00
Nov 2014 - Ene 2015	9	-11%	0,90
Ene - Mar 2015	11	18%	1,10
Mar - May 2015	10	-10%	1,00
May - Jul 2015	9	-11%	0,90
Jul - Ago 2015	10	10%	1,00
Ago - Oct 2015	9	-11%	0,90
Oct - Dic 2015	9	0%	0,90
PROM 6 Meses	9,00	-0,06	0,90

Total Personas 10



Vision Tours

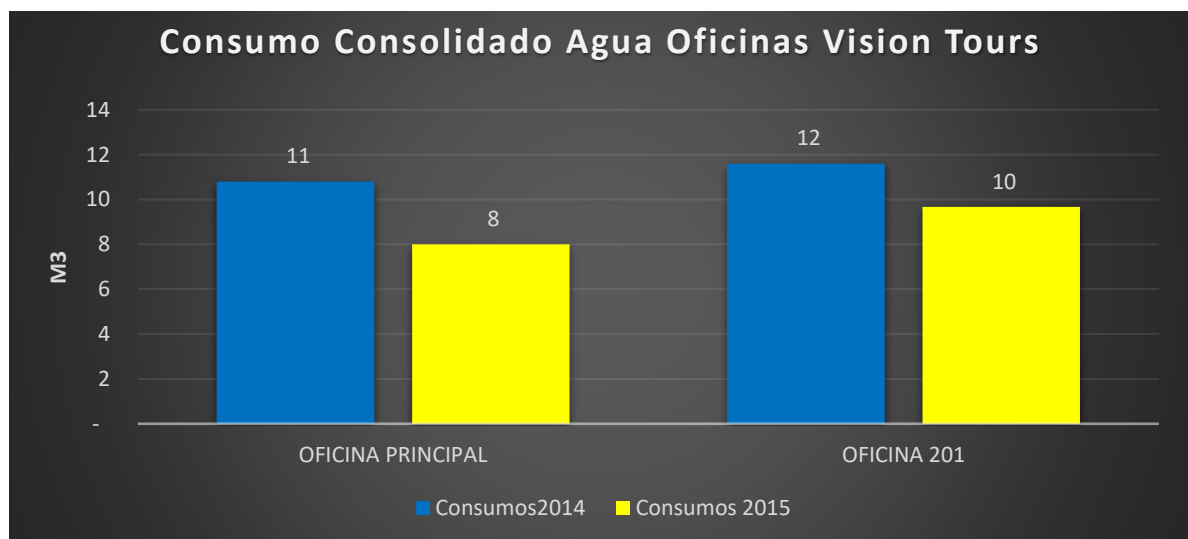
over *Expertos en viajes*

Promedio últimos 6 meses 9 m3

Como podemos apreciar en la gráfica se registra una disminución del consumo del 2014 al 2015, el consumo de Enero-Marzo fue el más alto del año pero se mantiene por debajo del promedio del 2014 en Julio-Agosto se sube 1 m2 de más

MES	m3	%	M3/por empleado
PROMEDIO 2014	11,6		1,16
PROMEDIO 2015	9,7	-20%	1,0

En general se ve una reducción de un 20% de 11,6 m3 a 9,7 m3 y por persona de 1,16 m3 a 1 m3.



Los consumos de agua bajan considerablemente en relación con el año anterior, muy buenas prácticas de los trabajadores y concientización mediante capacitaciones realizadas durante el año de implementación.

6. Promoción del patrimonio natural, cultural y artesanal

Objetivo: Promocionar y resaltar los atractivos y actividades relacionados con el patrimonio natural y cultural del país y promover a su vez las artesanías en los destinos más solicitados en la agencia.

ACTIVIDADES	RECURSOS
Definir los atractivos y actividades de los patrimonios naturales y culturales a promocionar	Página web
Informar o capacitar al personal de la importancia de Promover y resaltar los atractivos y actividades relacionadas con el patrimonio natural y cultural del país y promover a su vez las artesanías.	Página web

Se seleccionan cuatro destinos turísticos en conjunto con el departamento Comercial seleccionando Cartagena, San Andres, Santa Marta y Eje Cafetero donde se resaltan los lugares a donde ir los patrimonios culturales y artesanales.

DESTINOS TURÍSTICOS UNA MARAVILLOSA EXPERIENCIA

DESTINOS TURÍSTICOS PATRIMONIO NATURAL, CULTURAL Y ARTESANAL DE LA HUMANIDAD

CARTAGENA

LO QUE DEBES SABER:

Cartagena es reconocida por la UNESCO como Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad, La magia de Cartagena reposa en los cimientos de sus fortificaciones, la calidez de su gente, la riqueza material de su arquitectura y las infinitas expresiones culturales de un pueblo aguerrido y valiente

Volcán del totumo

Iglesia y convenio de la popa

Castillo de San Felipe

Parque Natural Corales del Rosario y San Bernardo

Visita mapale arte a mano artesanal en el centro histórico de la ciudad.

A DONDE IR

SAN ANDRES

LO QUE DEBES SABER:

San Andrés hace parte de un archipiélago que se compone junto con isla Providencia y Santa Catalina. San Andrés, posee un hermoso mar de siete colores, sus paradisíacos paisajes y playas, la calidez y tranquilidad de la gente y su exquisita gastronomía a base de langosta, pargos, caracoles y cangrejos hacen de San Andrés un paraíso vacacional y comercial.

Museo Casa de la Cultura Isleña

Jardín Botánico de San Andrés

La Laguna Big Pond

El Hoyo Soplador

No olvides visitar las comunidades de artesanos y su pesca artesanal.

A DONDE IR

EJE CAFETERO

LO QUE DEBES SABER:

Esta es la zona de mayor producción de café colombiano, famoso en el mundo por su sabor y calidad. Los departamentos que integran el Eje cafetero son Risaralda, Quindío y Caldas, tierras con temperaturas agradables, gente cálida, hermosos paisajes de montañas verdes, aguas termales y

Vision Tours

over *Expertos en viajes*

picos nevados. Se caracteriza por los cafetales interminables adornados de inmensas cascadas, árboles multicolores y pueblos salpicados con una lluvia de flores y colores en sus fachadas.

A DONDE IR

El Parque Nacional del Café
Parque Nacional Natural Los Nevados
RECUCA: Recorrido de la cultura cafetera
Parque Nacional Natural Tatamá

Pueblo Rico y Mistrató

En estos dos municipios se encuentran los indígenas de la cultura Embera–Chamí quienes elaboran artesanías como la cestería.

SANTA MARTA

COLOMBIA

LO QUE DEBES SABER:

Santa Marta, es un monumento a la belleza, la arquitectura y la cultura. Su clima cálido y ambiente caribeño son sinónimo de descanso y diversión. Aguas termales, ríos cristalinos, cascadas, acuarios y mucha naturaleza a su alcance es lo que te ofrece esta cálida ciudad. La vista de la cordillera de los Andes, en la parte posterior de Santa Marta, es grandiosa y sublime. Algunas de las montañas tienen gran altura y por lo tanto, se hallan cubiertas de nieve en su cumbre.

Quinta de San Pedro Alejandrino
Playa El Rodadero
Tayronaca
Parque Nacional Natural Sierra Nevada de Santa Marta

A DONDE IR

Comunidad indígena Kankuama

Donde encontraras mochilas que son producidas ancestralmente por las comunidades Indígenas Kankuamas, ubicadas en la zona del Parque Nacional Natural Sierra Nevada de Santa Marta.





Estos son algunos consejos para tener en cuenta a la hora de visitar los destinos turísticos para ayudar a una Colombia más sostenible.

Verde y Sostenible

- Ahorrar energía
- Cuidar el agua
- Reciclar
- Utilizar medios de transporte alternativos
- Producir menos residuos:
- Cuidar la naturaleza
- No traficar con especies
- Usar energía limpia

Vision Tours

over *Expertos en viajes*

-  Realizar acciones amigables con el planeta.
-  Acción social
-  No botar la basura en las playas
-  No apoyar el turismo sexual con menores de edad

Apoyo con la compra de artesanías colocando un link en nuestra página
www.volemos.co

Link <http://www.colombia.travel/es/search/content/artesantias>

CONCLUSIONES

- Vision Tours trabaja por ser una empresa sostenible para que perdure en el turismo y continúen las otras generaciones de la familia innovando y compitiendo en el mercado.
- Buscamos el crecimiento económico, equidad social y conservación del medio ambiente.
- Se estableció como primera medida la reparación de daño Ambiental la cual debe estar dentro de la concientización del personal , impulsados a proteger el medio ambiente
- Obtuvimos Información sobre las leyes ambientales y legales para tener un mejor cumplimiento
- Se concientiza al personal de la empresa en el cuidado del medio ambiente tanto en la oficina como en sus hogares.
- Se logra implementar el sistema de sostenibilidad desarrollando los 6 programas buscando cumplir los objetivos y metas descritos.
- Observamos que se logra ahorrar energía y agua cuando los trabajadores se comprometen con la sostenibilidad.
- Se evoluciono en la Identificación de los aspectos que destruyen el medio ambiente y se reforzó la conservación de el mismo.

- Milena Garcia y German Angel designados por la Gerencia de Vision Tours son auditados por Icontec quienes certifican en Sostenibilidad a la compañía en Octubre 21 de 2015.
- Se debe continuar con el mejoramiento continuo y solución de problemas diarios para la excelencia de la empresa y mejoramiento del medio ambiente.