

# INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2016

## 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 2016, 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 34 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

Objetivo es contribuir a disminuir la contaminación del medio ambiente utilizamos el 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

## 2. Manejo integral de residuos

Tiene como objetivo concientizar al personal 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.
Sostener el 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

Continuamos con las capacitaciones para concientizar a los empleados con el fin de 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 pesamos en Kilogramos la cantidad de residuos que salen de la oficina, sacando el peso de residuos mensuales por empleado, estableciendo como generación de residuos 1 kg por empleado, buscando disminuir en 10% comparado con el año anterior a la generación de residuos por empleado.

### OFICINA PRINCIPAL

Peso Kg

MES	OF PRINCIPAL	OF P. X EMPLEADO	%CUMPLIMIENTO X MES
ene-16	10	1.25	20%
feb-16	10	1.25	20%
mar-16	9	1.13	11%
abr-16	9	1.13	11%
may-16	9	1.08	7%
jun-16	5	0.68	-48%
jul-16	4	0.54	-86%
ago-16	4	0.44	-129%
sep-16	4	0.50	-100%

oct-16	5	0.59	-70%
nov-16	5	0.63	-60%
dic-16	5	0.58	-74%
<b>PROMEDIO</b>	<b>6.51</b>	<b>0.81</b>	<b>-41.47%</b>

Según los resultados del año 2016 podemos sacar las siguientes conclusiones se están generando menos residuos que el 2015 superando la meta de promedio de disminución anual a -41.47%

AÑO	OF PRINCIPAL	OFP X EMPLEADO	%CUMPLIMIENTO X MES
<b>PROMEDIO 2016</b>	<b>6.51kg</b>	<b>0.81kg</b>	<b>-41.47%</b>
AÑO	OF PRINCIPAL	OFP X EMPLEADO	%CUMPLIMIENTO X MES
PROMEDIO 2015	13.63KG	1.70 KG	-3%

El promedio de residuos del año fue de 6.51 Kg en total por la oficina y 0.81 Kg por persona en promedio por año, los meses iniciales Enero y Febreros más altos con 10 Kg así como el peso que cada empleado produjo 1.25 Kg, la tendencia muestra que se logró superar la meta después de mayo se generaron más residuos el año pasado, en general el promedio es de -41.47% que cumple la meta establecida.

### Oficina Zimma

#### Peso Kg

MES	OF ZIMMA	OZ X EMPLEADO	%CUMPLIMIENTO X MES
ene-16	10	1.25	20%
feb-16	9	1.13	11%
mar-16	9	1.13	11%
abr-16	9	1.13	11%
may-16	7	0.88	-14%
jun-16	4	0.50	-100%
jul-16	4	0.50	-100%
ago-16	4	0.50	-100%

sep-16	4	0.53	-90%
oct-16	4	0.55	-82%
nov-16	4	0.54	-86%
dic-16	4	0.54	-86%
<b>PROMEDIO</b>	<b>6.10</b>	<b>0.76</b>	<b>-50.44%</b>

## Resultados

<b>AÑO</b>	<b>OF ZIMMA</b>	<b>OZ X EMPLEADO</b>	<b>%CUMPLIMIENTO X MES</b>
PROMEDIO 2016	6.10 kg	0.76kg	-50%
<b>AÑO</b>	<b>OF ZIMMA</b>	<b>OZ X EMPLEADO</b>	<b>%CUMPLIMIENTO X MES</b>
PROMEDIO 2015	12.50 Kg	1.25 Kg	-4%

El promedio de residuos del año fue de 6.10 Kg en total por la oficina y 0.76 Kg por persona en promedio por año se reduce significativamente con el año anterior alcanzando un promedio acumulado en el año de -50% de reducción

## Reciclaje

Continuamos reutilizando y reciclando 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 Recicle 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
2016	ENERO	10	0.7	37.5	28	27%	73%
2016	FEBRERO	10	0.7	37.5	28	27%	73%
2016	MARZO	10	0.7	37.5	28	27%	73%
2016	ABRIL	10	0.7	37.5	28	27%	73%
2016	MAYO	50	3.6	56.25	6	89%	11%
2016	JUNIO	25	1.8	56.25	31	44%	56%
2016	JULIO	25	1.8	56.25	31	44%	56%
2016	AGOSTO	40	2.9	56.25	16	71%	29%
2016	SEPTIEMBRE	45	3.2	56.25	11	80%	20%
<b>PROMEDIO</b>		<b>25</b>	<b>2</b>	<b>48</b>	<b>23</b>	<b>48%</b>	<b>52%</b>

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 los primeros meses x 10 resmas y caja y media de resmas de papel natural x 15 resmas cuando crece el volumen, con un peso de 3.75 Kg c/u para un total mensual aproximado entre 37.5 y 56,25 Kg. En todos los meses se ha superado la meta de reciclaje en promedio un 48% de papel reciclado vs el papel comprado.

Continuamos con 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.

Estamos asociados a Unicef contribuyendo con un aporte mensual difundimos sus programas con links dirigidos a su pagina

- Supervivencia y Desarrollo Infantil
- Acción Humanitaria y Protección
- Inclusión Social
- Educación

Otros Procesos:

---

## GRAN ACUERDO NACIONAL

---

En Octubre y Noviembre de 2016 participamos en el Gran acuerdo Nacional, ayudamos a la comunidad de Quibdó apoyando con 2 tiquetes aéreos a la comunidad para traer a líderes al evento en Bogotá para hablar sobre el avance del proceso de las regiones al cual fuimos invitados.



Continuamos promoviendo la campaña No al turista sexual, con los videos en nuestra página Web [www.volemos.com.co](http://www.volemos.com.co)

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

Continuamos divulgando la campaña de Unesco Tus Acciones Cuentan

[https://drive.google.com/file/d/0B\\_mCXNTryP0ATTBIMHJEOVZPcTQ/view](https://drive.google.com/file/d/0B_mCXNTryP0ATTBIMHJEOVZPcTQ/view)

#### **4. Programa ahorro de energía**

Buscamos Sensibilización y concientización en el manejo del recurso.

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>
Se lleva el consumo de energía	Formato Excel
Impulsar con avisos de ahorro de	avisos informativos

energía	
capacitar al personal sobre la importancia del ahorro de energía	ingeniero
Realizar plan de mantenimiento preventivo de equipos e instalaciones de las fuentes de energía.	Persona capacitada y formato cronograma de mantenimiento

Se realizan registran los consumos de energía mensualmente midiendo el consumo de electricidad por mes 1 (anterior) vs mes 2 (siguiente) Por oficina y por empleado, con los 12 meses del 2016

### OFICINA PRINCIPAL

MES	CONSUMO kWh	MES1 VS MES2	x 6 Empleados	MES1 VS MES2
ene-16	489	0%	61.13	0%
feb-16	417	-17%	52.13	-17%
mar-16	418	0%	52.25	0%
abr-16	442	5%	55.25	5%
may-16	402	-10%	50.25	-10%
jun-16	445	10%	55.63	10%
jul-16	430	-3%	53.75	-3%
ago-16	435	1%	54.38	1%
sep-16	414	-5%	51.75	-5%
oct-16	495	16%	61.88	16%
nov-16	392	-26%	49.00	-26%
dic-16	411	5%	51.38	5%
<b>Prom</b>	<b>432.50</b>	<b>-2%</b>	<b>53.69</b>	<b>-2%</b>

	CONSUMO kWh	MES1 VS MES2	x Empleado
PROMEDIO 2014	451.5	0.0	56.4
PROMEDIO 2015	428.5	-5.37%	53.7
PROMEDIO 2016	432.5	0.92%	54.1

El promedio anual es de 432.5Kwh presentando un 0.92% de incremento comparado con el año 2015.

Comparado con el 2014 se observa que el consumo promedio se mantiene y el promedio por persona sube un mínimo a 54.1 Kwh.

Se continúa capacitando al personal para mantener o disminuir el consumo de energía y se tiene planeado el cambio de lámparas fluorescentes por led para disminuir a la mitad el consumo

### OFICINA ZIMMA

MES	CONSUMO kWh	MES1 VS MES2	x Empleado	MES1 VS MES2
ene-16	721	0%	72.10	0%
feb-16	524	-38%	52.40	-38%
mar-16	539	3%	53.90	3%
abr-16	559	4%	55.90	4%
may-16	556	-1%	55.60	-1%
jun-16	625	11%	62.50	11%
jul-16	585	-7%	58.50	-7%
ago-16	545	-7%	54.50	-7%
sep-16	598	9%	59.80	9%
oct-16	591	-1%	59.10	-1%
nov-16	557	-6%	55.70	-6%
dic-16	561	1%	56.10	1%
<b>PROM</b>	<b>580</b>	<b>-3%</b>	<b>58</b>	<b>-3%</b>

El comportamiento es similar a la otra oficina el incremento es mínimo pero debemos planear como reducir, ya que se mantiene el promedio en 580.1 Kwh

PROMEDIO 2014	538.2		53.8
PROMEDIO 2015	536.4	-0.3%	53.6
PROMEDIO 2016	580.1	7.53%	58.4

Comparado con el 2014 se observa que el consumo promedio ha aumentado en puntos mínimos manteniendo el mismo volumen. El promedio por persona sube a 58.4 Kwh.

Se debe buscar la forma de disminuir el consumo para el 2017 ya que se ha mantenido el consumo mas no se ha notado el ahorro.

## 5. Programa ahorro de agua



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

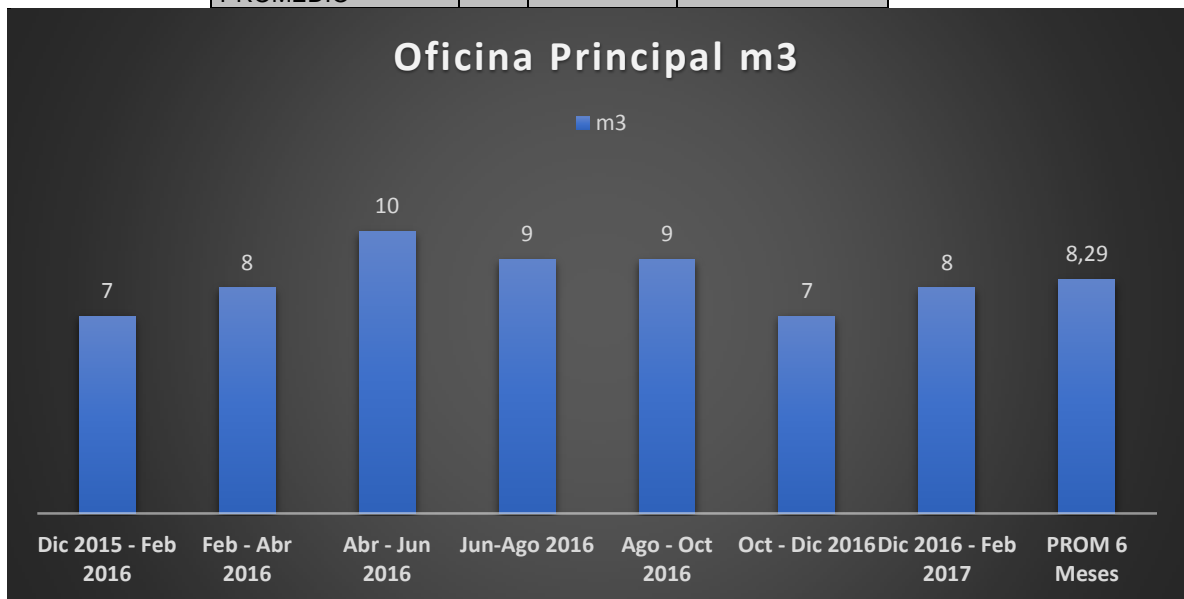
ACTIVIDADES	RECURSOS
Se mantienen letreros de ahorro en las llaves y bajar el nivel de presión del agua.	Letreros en cada punto donde hay llaves
Llevar registros del consumo de agua	Formato de registro.

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 de los meses bimestrales del 2016

### OFICINA PRINCIPAL

MES	m3	%	M3/por empleado
Dic 2015 - Feb 2016	7	0%	0.88
Feb - Abr 2016	8	13%	1.00
Abr - Jun 2016	10	20%	1.25
Jun-Ago 2016	9	-11%	1.13
Ago - Oct 2016	9	0%	1.13
Oct - Dic 2016	7	-29%	0.88
Dic 2016 - Feb 2017	8	13%	1.00
PROMEDIO	8.29	0.01	1.04



Promedio 8.29 m3,

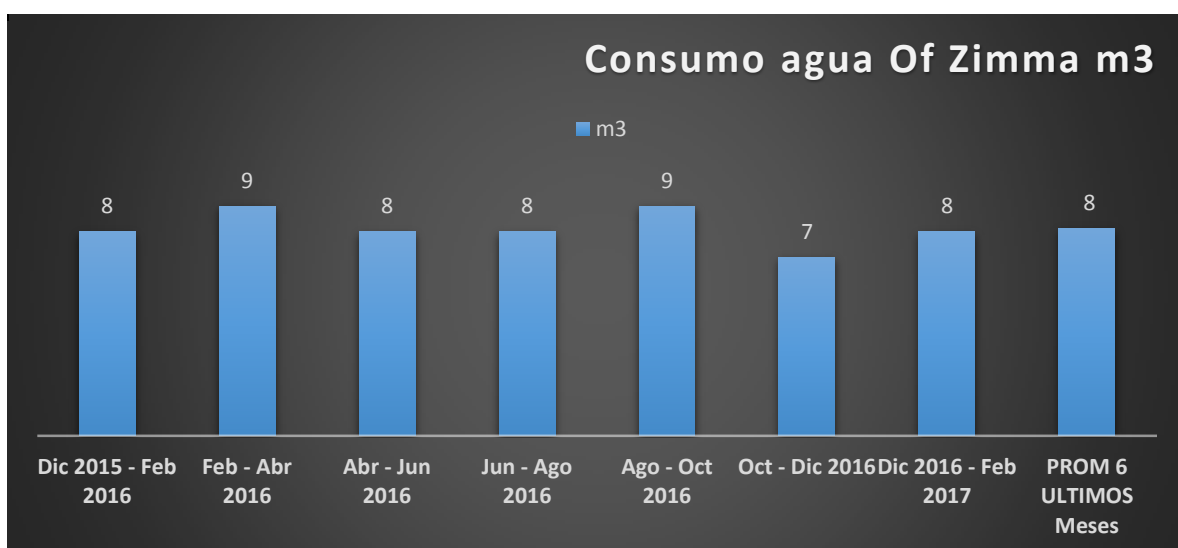
Como podemos apreciar en la gráfica se registra un aumento en el consumo del 2015 al 2016, el consumo de Abril y junio fue el más alto del año incrementando el promedio

Año	m3	%	M3/por empleado
PROMEDIO 2014	10,8		1,4
PROMEDIO 2015	8,0	-35%	1,0
PROMEDIO 2016	8.3	5%	1.0

En general se ve una un aumento del 5% de 8 m3 a 8.3 m3 y por persona se mantiene en 1 m3

### OFICINA ZIMMA

MES	m3	Varacion x mes	M3/por empleado
Dic 2015 - Feb 2016	8	0%	1.00
Feb - Abr 2016	9	11%	1.13
Abr - Jun 2016	8	-13%	1.00
Jun - Ago 2016	8	0%	1.00
Ago - Oct 2016	9	11%	1.13
Oct - Dic 2016	7	-29%	0.88
Dic 2016 - Feb 2017	8	13%	1.00
PROM 6 ULTIMOS Meses	8	-0.9%	1.02



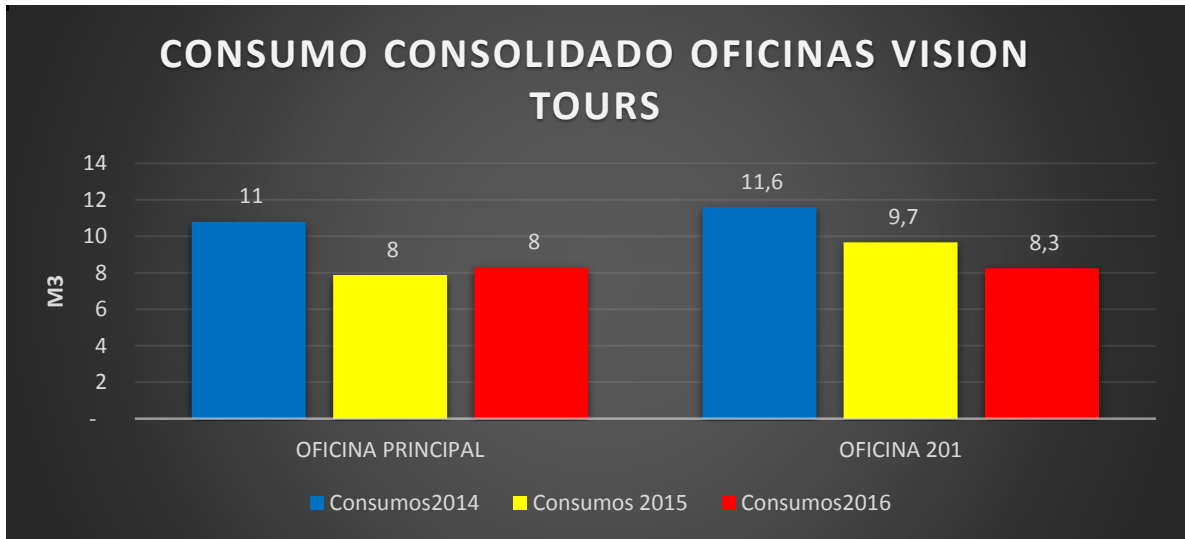
Promedio 8.1m3

Como podemos apreciar en la gráfica se registra una disminución del consumo del 2015 al 2016, el consumo de Agosto- Octubre fue el más alto del año pero disminuye el promedio en el año en más de un m3 baja 19%

AÑO	m3	Varacion x AÑO	M3/por empleado
-----	----	----------------	-----------------

PROMEDIO 2014	11.6	0.0	1.2
PROMEDIO 2015	9.7	-0.2	1.0
PROMEDIO 2016	8.1	-19%	1.0

La oficina principal mantiene el mismo consumo mientras la oficina Zimma baja más de 1 m3 al año en consumo



Se debe continuar la concientización a los trabajadores mediante capacitaciones.













## 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
Se promocionan los 4 destinos principales con 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 promocionan los destinos Cartagena, San Andres, Santa Marta y Eje Cafetero se resaltan los lugares a donde ir los patrimonios culturales y artesanales, debemos resaltar que no somos operadores de los destinos y apoyamos indirectamente a las comunidades.

Mantenemos los concejos para tener en cuenta a la hora de visitar los destinos turísticos para ayudar a una Colombia más 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
-  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](http://www.volemos.co)

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



## **CONCLUSIONES**

Es claro el compromiso de la gerencia de Vision tours y de todos los colaboradores por mantener y mejorar los programas establecidos para minimizar el impacto de las acciones con el medio ambiente y el desarrollo sostenible de las comunidades bajo influencia. Se ve la necesidad de incorporar una nueva tecnología de iluminación para hacer mas eficiente el uso de este recurso, luego hacer campañas de concientización sobre el manejo adecuado de los recursos naturales y seguir con los programas de difusión de conciencia social.