

CLAVES

Medio ambiente y aviación (y II)

EL OBJETIVO QUE NOS hemos fijado es bastante ambicioso: para 2016 los combustibles alternativos supondrán el 1% de la demanda mundial de combustible para aviones (más de 2.000 millones de litros). El 1% suele representar el punto de inflexión en la implantación de una tecnología nueva, a partir del cual se produce un aumento de la inversión y se acelera el crecimiento del mercado.



JULIE FELGAR

Como ejemplo de los esfuerzos realizados, Boeing ha identificado una fuente nueva de combustible para aviones a precios competitivos: el 'diésel verde', un combustible renovable que se produce en masa y se utiliza principalmente en camiones. En nuestro análisis descubrimos que el diésel verde, que se obtiene a partir de aceites y grasas, es muy similar en su composición química al biocombustible para aviones que se aprobó en 2011. Actualmente estamos trabajando con muchas entidades, entre las que se incluyen fabricantes de motores y la Administración Federal de Aviación de EE UU, con el objetivo de conseguir luz verde para que los aviones puedan utilizar diésel verde mezclado directamente con el queroseno tradicional utilizado en la aviación.

También apoyamos proyectos de desarrollo de biocombustible para aviones por todo el mundo, incluyendo Australia, Brasil, China, Europa, Japón, Oriente Próximo, Sudáfrica, el Sureste Asiático y Estados Unidos. En todas nuestras iniciativas relacionadas con biocombustibles seguimos principios sostenibles para evitar cualquier impacto negativo en la seguridad alimentaria local, el suministro de agua potable y el uso de la tierra. En muchos proyectos regionales se incentiva a los agricultores locales para que aprovechen los terrenos marginales para cultivos energéticos.

Por todo ello, nuestra empresa está comprometida con el liderazgo y la innovación para satisfacer la creciente demanda del tráfico aéreo, minimizando el impacto del sector en nuestro planeta. Boeing se centra en aportar soluciones que beneficien a nuestros clientes, a las aerolíneas, a sus pasajeros y al planeta, a través del desarrollo de aviones más eficientes en el consumo de combustible y con mayor eficiencia operativa, liderando también el desarrollo de biocombustibles sostenibles para la aviación.

Julie Felgar es directora general de Estrategia e Integración Medioambiental de Boeing Commercial Airplanes.

E'Una Asociación es la fuerza de unión para conseguir que se nos oiga; negociar de tú a tú; tener una voz que no sólo se escuche sino que se respete; y conseguir acuerdos que de manera individual serían casi del todo imposibles', explica el presidente de AEPT

TRIBUNA



ANDRÉS ENCINAS

Pertener

NI SIQUIERA ROBINSON Crusoe, el famoso naufrago, hubiese podido sobrevivir si no se encuentra con el salvaje y luego amigo, que llamó Viernes. Se preguntarán qué tiene que ver esto con pertenecer. Pues todo. Las Asociaciones son nuestro Viernes.

Lo que sucede es que pertenecer genera hacer un esfuerzo que muchas veces no queremos asumir. Otros casos son no entender lo que persiguen. Y el peor caso de todos, es creer que somos autosuficientes y no necesitamos pertenecer. En los dos primeros supuestos, bien pudiese ser responsabilidad de las propias asociaciones que ello suceda.

Si no damos a conocer el verdadero valor del Asociacionismo y más importante de todo, lo que pueden aportar a sus miembros, estamos fallando desde la base. Una Asociación es la fuerza de unión para conseguir en primer lugar que se nos oiga; en segundo negociar de tú a tú; en tercero, tener una voz que no sólo se escuche sino que se respete; y en cuarto, conseguir acuerdos que de manera individual serían casi del todo imposibles. Y éstas son sólo unas pocas o muchas ventajas que podríamos enumerar.

Las famosas tertulias tipo Café Gijón, ¿de qué se tratan? ¿Solamente charlar y ver quién es el más ocurrente? Pues no. Es intercambiar experiencias. Compartir conocimientos, ideas y proyectos.

En el caso de las Asociaciones profesionales, ayudar al nuevo colega a introducirse con menos traumas al difícil mundo laboral y especializado como es el nuestro, es uno de nuestros principales objetivos. Desde luego lo es en la Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT).

¿Y cuál es el elemento diferenciador de la AEPT con respecto a la gran mayoría de Asociaciones?

Que es una Asociación totalmente independiente de cualquier partido político, organización social, entidad comercial o financiera.

Y amigos, créanme que éste es un elemento diferenciador de peso.

Además, AEPT es una Asociación de "profesionales para profesionales", donde tienen cabida todos los profesionales del Sector, independientemente del segmento donde desarrollen su trabajo.

Permítanme resaltar algunos de los valores añadidos que ofrece la

Asociación Española de Profesionales del Turismo:

— Aprender lo práctico de primera mano de profesionales de probada experiencia que además saben y quieren hacerlo y que enriquecen de manera directa los conoci-

mientos teóricos adquiridos y tan necesarios en la profesión. Podría seguir enumerando razones para ser miembro de AEPT. Sin embargo, el interés de formar parte de un colectivo como el nuestro, debe surgir desde el convencimiento de la utilidad del mismo. Lo que buscamos es imbuir a los profesio-



SAMPUR

— Apoyo a las inquietudes y necesidades del Sector a través de: foros sectoriales, tribunas de opinión, conferencias, seminarios, etc. Todos ellos con la activa participación de profesionales de los distintos segmentos del Sector,

— Cursos especializados y también a la carta.

— Una bolsa de trabajo.

— Un Club Social que ofrece: viajes, escapadas, visitas culturales de interés profesional, cenas de confraternización y festejos.

— Página web con links directos con nuestras empresas asociadas.

— Ofertas puntuales que ofrecen nuestros proveedores.

— Boletín digital *La voz de AEPT*.

— Asesorías.

— Prácticas.

— Participación como ponentes o asistentes en actividades que organizan el Sector.

— Condiciones especiales en consultorías y seguros.

— Fruto también de este entusiasmo e ilusión, fue la creación del Premio Hermestur y del Premio Madrid Acoge. El primero para premiar la profesionalidad, los valores humanos y el trabajo en pro del Asociacionismo profesional, en el que siempre hemos creído. Y el segundo dirigido a los más jóvenes, que con su atención y buen servicio al cliente, contribuyen al desarrollo del Turismo en la ciudad de Madrid.

El Turismo sigue siendo el motor económico de nuestro país, que se ha convertido en un referente internacional al haber sabido mantener una posición de privilegio en el ranking de destinos que anualmente nos comunica la Organización Mundial del Turismo. Todos sabemos que cada año recibimos millones de visitantes extranjeros, y que se calcula que el Turismo contribuye a la economía nacional en un 12% de nuestro PIB, alcanzando cifras que superan a la apor-

tación por petróleo de muchos países productores de tan apreciado crudo. Y, sin embargo, en la sociedad en que vivimos parece que trabajar en el servicio al turista es contemplado como una opción menor, e incluso se vuelven a oír voces públicas en contra de esta actividad que cada día es más respetuosa con el entorno y más consciente de los impactos que puede provocar en los destinos.

Somos líderes internacionales, pero aún hay mucho camino por delante para que a nivel interno el Turismo alcance el prestigio que merece por su aportación al bienestar de todos. Y los grandes protagonistas son los profesionales, porque la calidad del servicio en turismo es aportado por las personas que lo hacen posible y que son las que marcan la diferencia. Cerca de un 11% de los asalariados trabajan en actividades relacionadas con el Turismo, que además aporta un considerable número de trabajadores autónomos, debido al reducido tamaño de muchas de las empresas que componen el Sector. Sin duda es la actividad más apreciada por los países menos desarrollados por su alta contribución a la creación de empleo y a la distribución de la riqueza en el destino. Y todos estos profesionales en España tienen que saber que alguien les apoya, deben de contar con su propia red social, tener un lugar de encuentro donde los más experimentados y los más jóvenes se sientan orgullosos de pertenecer a ese exclusivo y vocacional grupo que trabaja para que los demás puedan disfrutar del tiempo de

ocio, muchas veces ganado con tanto esfuerzo. No nos equivoquemos, España es referencia por el excelente servicio que recibe el visitante, a un precio muy razonable. En un momento delicado como el que estamos sufriendo actualmente, el pertenecer a una asociación como AEPT no es un opción baladí. Nosotros optamos por aportar y sumar nuestras experiencias y conocimientos sabedores que juntos, los beneficios directos e indirectos que en un mundo globalizado como es el actual, ofrece nuestra asociación, es la opción correcta. Argumentar sobre el tema sólo añade elementos positivos, útiles y lucrativos.

Somos líderes internacionales, pero aún queda para que a nivel interno el Turismo alcance el prestigio que merece

Andrés Encinas es presidente de la Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT).