

B-Travel 2025

**B TRAVEL**



# 1er Hub de sostenibilidad

Talleres de Sostenibilidad  
dirigido a Pymes

Viernes, 28 Marzo 2025

12:15 m - 13:00pm

Fira de  
Barcelona



# TALLERES DE SOSTENIBILIDAD PARA PYMES

**B TRAVEL**



Travel 2 Care People and Planet es una revista que impulsa un turismo más sostenible, destacando empresas y destinos comprometidos con buenas prácticas.

En esta primera edición sobre sostenibilidad de B-Travel, y gracias a la colaboración con expertos del sector, hemos creado un espacio de inspiración, en formato de talleres, para compartir estrategias que hagan del turismo una fuerza positiva para las personas y el planeta.

- 1** **Mayte Redondo** - Comunicar la Sostenibilidad (Marketing Responsable): Claves, Estrategias y Regulación
- 2** **Mariano Martínez** - Eventos gastronómicos sostenibles
- 3** **Montse Vivero** - Atención al cliente para personas con discapacidad en el sector turístico y eventos
- 4** **Alba Cid** - Comunicación coherente y visual de la sostenibilidad.



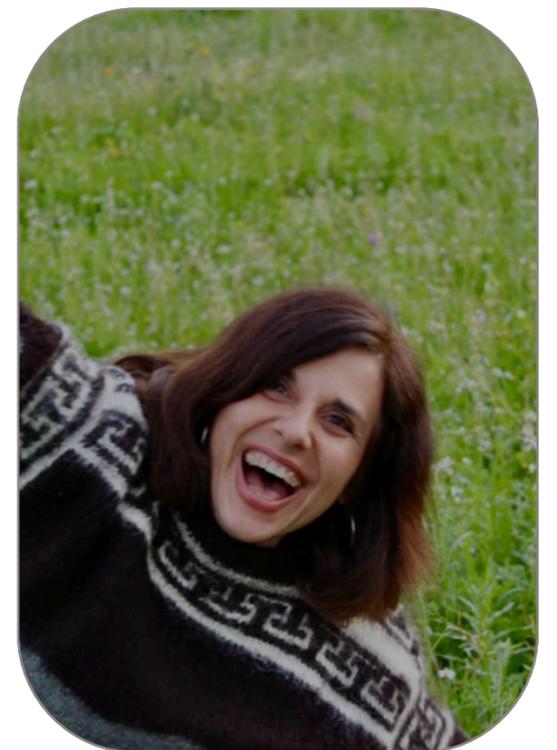
## Mayte Redondo

Con más de 30 años de experiencia en turismo y sostenibilidad, **Máster en Marketing Digital**, profesora en la universidad para el Grado de Turismo (RSC incluida), y **experta en turismo sostenible**. Ayuda a las empresas a implementar procesos de sostenibilidad en sus negocios y comunicar sus compromisos en el turismo responsable.

En 2022, fundó la revista digital **Travel 2 Care People and Planet** con el objetivo de promover el turismo responsable para proteger el medio ambiente y comunidades locales mediante historias inspiradoras y colaboraciones sectoriales.

Además, es representante en España, coach y auditora de la certificación de sostenibilidad **Travelife for Tour Operators** (ha ayudado a más de un centenar de empresas a conseguir la certificación o reconocimiento Travelife).

Ocasionalmente, también imparte formación en turismo sostenible (RSC) y marketing digital en universidades e institutos, así como formadora para el **Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC)**.



[mredondo@travel2care.com](mailto:mredondo@travel2care.com)



[www.travel2care.com](http://www.travel2care.com)



[@travel2carepeopleandplanet](https://www.instagram.com/travel2carepeopleandplanet)

Este taller busca resaltar la importancia de **comunicar la sostenibilidad de manera clara y efectiva**, abordando claves del marketing responsable y su impacto en las marcas. Se explorarán estrategias para evitar el greenwashing, asegurando una comunicación honesta y alineada con la nueva Directiva Europea sobre sostenibilidad. Además, se presentarán prácticas concretas para integrar la sostenibilidad en los negocios, destacando sus beneficios, como una mejor reputación y una conexión más profunda con los consumidores.

- 1. La importancia de comunicar la sostenibilidad de forma efectiva (10 min)**
  - Contexto actual
- 2. Definición de Marketing Responsable (5 min)**
  - ¿Qué es el marketing responsable?
- 3. Evitar caer en el greenwashing y cómo las certificaciones ayudan (10 min)**
  - ¿Qué es el greenwashing?
- 4. 5 consejos para compartir tus historias ligadas a la sostenibilidad (10 min)**
- 5. Claves para desarrollar una estrategia de Marketing y Sostenibilidad (10 min)**
  - Puntos esenciales para una estrategia efectiva
- 6. Lugares dentro de la página web donde integrar la sostenibilidad (5 min)**
  - Zonas claves del sitio web
- 7. El marco regulador de la nueva Directiva (UE) 2024/825 (10 min)**
  - Aspectos más destacados.
- 8. Cierre y reflexión final (5 min)**
  - Greenwashing vs Green-hushing : fomentar la confianza de los clientes.

## Mariano Martinez

Mariano Martínez es coordinador, director de comunicación y responsable de sostenibilidad en la **Asociación de Gastronomía y Turismo**, así como en **Gastronomía de Proximidad S.L.** Además, es gestor de comunicación y miembro de **Slow Food** Barcelona.

Licenciado en **Humanidades** por la UOC, cuenta con un **Máster en Turismo Sostenible**, donde desarrolló su Trabajo Final sobre la restauración sostenible como eje de un cambio de paradigma turístico en Barcelona.

Actualmente, cursa el **Máster de Alimentación y Sostenibilidad** en la Universidad de Vic. Es coeditor de la **Barcelona Slow Food Guide**, una guía que destaca locales comprometidos con la cocina local y responsable. También imparte clases en el **Máster de Gastronomía Sostenible** del CETT y el Barcelona Culinary Hub.

Con más de quince años de experiencia en comunicación, ha trabajado en la promoción de un turismo y una gastronomía más sostenibles.



[www.marianomartinez.cat](http://www.marianomartinez.cat)

[www.agtbaix.cat](http://www.agtbaix.cat)

[www.slowfood.barcelona](http://www.slowfood.barcelona)

- 1. Quiénes somos**  
Trayectoria de AGT, de qué necesidad surge y como ha crecido los últimos 15 años
- 2. Desde dónde trabajamos**  
(Filosofía de trabajo) · La gastronomía y el ocio como espacios de concienciación
- 3. Qué promovemos**
- 4. La sostenibilidad como palanca de cambio y transformación**
- 5. Elementos de sostenibilidad con los que trabajamos**
- 6. Cómo planificamos y comunicamos nuestros eventos**
- 7. Ejemplos prácticos a través elementos audiovisuales**  
(vídeos, fotografías)

## Montse Vivero

Diplomada en **Comunicación y Relaciones Públicas**, con más de 25 años de experiencia en la organización de eventos.

Fundadora de **V!VE**, una agencia boutique de turismo inclusivo y DMC en Barcelona, alineada con los ODS.

Especialista en accesibilidad, es cofundadora de **EXPO+ACCESIBLE** y **E+ACADEMY**, promoviendo la inclusión en el turismo.

Como conferencista, busca derribar barreras y generar un impacto positivo en la sociedad.



[www.vive4all.com](http://www.vive4all.com)



[montse.vivero@vive4all.com](mailto:montse.vivero@vive4all.com)



**EXPO+ACCESIBLE**  
CONGRESO INTERNACIONAL DE  
ACCESIBILIDAD E INNOVACIÓN TURÍSTICA



- 1. Barreras en la atención a clientes con discapacidad**
  - Barreras mentales y actitudinales: estereotipos, prejuicios, miedo a ofender, subestimación de la accesibilidad.
  
- 2. Buenas prácticas para diferentes tipos de discapacidades**
  - **Discapacidad sensorial:**
    - Visual: Comunicación clara, descripción del espacio y respeto a la autonomía.
    - Auditiva: Uso de gestos, apoyo visual y comunicación escrita si es necesario.
  - **Discapacidad motora:** Espacios accesibles y preguntas antes de ofrecer ayuda.
  - **Discapacidad cognitiva:** Comunicación sencilla y respeto a la dignidad de la persona.
  
- 3. Comunicación accesible**
  - Enfoque de comunicación total: combinar recursos como lenguaje oral, signos y material escrito.
  - Buenas prácticas en restaurantes, alojamientos y eventos.
  
- 4. Conclusión**
  - Accesibilidad como base de la inclusión: Reforzar la idea de que “Sin accesibilidad, no hay inclusión”.
  - Importancia de la formación continua: Capacitación para el personal turístico para mantener estándares inclusivos.
  - Cierre y reflexión: Usa empatía y sentido común para crear experiencias memorables.

## Alba Cid

Alba Cid **compagina su labor para la Generalitat de Catalunya con la fotografía artística.** Graduada en Humanidades por la UPF y especializada posteriormente en Gestión de eventos culturales y Marketing digital, acompaña proyectos en la construcción de su imagen visual.

Especializada en turismo sostenible gracias al Certificado Profesional del **Global Sustainable Tourism Council (GSTC)**, da soporte a empresas que quieren transmitir sus valores de sostenibilidad a través de imágenes y del storytelling.

Actualmente, cursa el **Máster de Fotografía artística** en la UNIR y ha abierto una **tienda online** donde se puede adquirir su obra fotográfica



[www.albacid.com](http://www.albacid.com)



[@albacid\\_](https://www.instagram.com/albacid_)



[contact@albacid.com](mailto:contact@albacid.com)

- 1. Contexto: La fotografía en la comunicación (10 minutos)**
  - 1.1. Evolución de la comunicación visual
  - 1.2. Fotografía e identidad de marca
  - 1.3. Saturación visual y audiencia crítica
  - 1.4. Emociones en decisiones de compra
  
- 2. Comunicación sostenible a través de imágenes (10 minutos)**
  - 2.1. Atención a los estereotipos y clichés
  - 2.2. Aplicar los principios del GSTC
  - 2.3. La fotografía no es imparcial
  
- 3. Parte práctica: aplicación empresarial (15 minutos)**
  - 3.1. Caso de estudio - Identidad de marca
  - 3.2. La edición como herramienta fundamental
  - 3.3. Storytelling visual
  
- 4. Cierre y reflexión final (5 minutos)**
  - Las imágenes son clave para captar atención y comunicar valores como la sostenibilidad. Las empresas que logren hacerlo de forma genuina tendrán una ventaja competitiva clara.

**B-TRAVEL**

# POR UN TURISMO MÁS RESPONSABLE



B-TRAVEL y TRAVEL 2 CARE PEOPLE AND PLANET adquieren el compromiso de **inspirar** para transformar el sector turístico hacia un modelo más **responsable y consciente**, garantizando que el turismo no sea sólo una fuente de disfrute y descubrimiento, sino también una **fuerza positiva para el medio ambiente y las comunidades locales.**