



INCLUSIVE
AND SUSTAINABLE
TOURISM
GAMIFICATION
IN SCHOOL EDUCATION

Guía Práctica de Turismo Ecológico e Inclusivo para Docentes Escolares

ERASMUS+ Cooperation partnerships in school education
2021-1-FR01-KA220-SCH-000032655



**Funded by
the European Union**

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the National Agency and Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein



INCLUSIVE
AND SUSTAINABLE
TOURISM
GAMIFICATION
IN SCHOOL EDUCATION

Guía Práctica de Turismo Ecológico e Inclusivo para Docentes Escolares

ERASMUS+ Cooperation partnerships in school education
2021-1-FR01-KA220-SCH-000032655



**Funded by
the European Union**

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the National Agency and Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein



A lo largo de la guía encontrará los siguientes iconos:



Elemento interactivo o índice



Socios



Communauté de communes du Sud-Corse, *Francia*



Coopérative d'activité et d'emploi Petra Patrimonia Sud, *Francia*



Igor Vitale International srl, *Italia*



Liceul Tehnologic de Turism Calimanesti, *Rumania*



Syllogos Ekpaidefsis Kai Anaptixis Atomon Me Idikes Angkes, *Grecia*



Acelera Labs, *España*



White Manager srl, *Italia*



Rivensco Consulting Ltd, *Chipre*



Nacionalna profesionalna gimnaziya po veterinarna medicina "Profesor Doktor Dimitar Dimov", *Bulgaria*



Mamak District Directorate of National Education, *Turquía*

ÍNDICE



Haga clic en el icono para ir a la sección



Revisión de la investigación científica y las políticas existentes



1. Cómo fomentar el turismo ecológico



2. Cómo fomentar la promoción y adopción de alimentos saludables y sostenibles en el sistema de hostelería y la promoción de los territorios locales



3. Psicología de la toma de decisiones para la adopción de conductas proambientales en el sector turístico



4. Cómo promover actividades turísticas inclusivas



5. Cómo promover la empleabilidad de los trabajadores con discapacidad



6. Comunicación ética de objetivos sostenibles en el sector turístico



7. El uso del enfoque de gamificación y las herramientas digitales para la promoción de comportamientos proambientales en el sector turístico



8. Cómo incentivar comportamientos proambientales en el personal



9. Cómo reducir el desperdicio de alimentos en los sistemas de hostelería



10. Ejercicios prácticos para profesores de escuela para implementar en el aula

Revisión de la investigación científica y las políticas existentes

REVISIÓN DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y LAS POLÍTICAS EXISTENTES EN FRANCIA

El turismo en Francia es un sector económico importante, tanto para los franceses que eligen pasar allí sus vacaciones, como para los extranjeros que vienen a quedarse. Según las cifras de la Organización Mundial del Turismo, desde la década de 1990, Francia es el principal destino turístico del mundo (89 millones de llegadas de turistas internacionales en 2017).

De hecho, Francia, debido a su diversidad geográfica, histórica y cultural, ha sido el principal destino turístico del mundo durante muchos años: también gracias a su posición geográfica. Francia se encuentra en la encrucijada de Europa. Es una zona de tránsito para viajar del norte al sur de Europa. Está en el corazón del mercado turístico europeo y es el punto de entrada a Europa para las estancias europeas de los turistas internacionales.

Pero, si es cierto que el turismo tiene una fuerte influencia en la economía de Francia, también lo es que el turismo de masa en Francia tiene un gran impacto en el medio ambiente. Algunos sitios turísticos comenzaron a encontrar formas de limitar el número de personas que acceden a los sitios, pero aún no es suficiente para proteger estos lugares.

Si Francia quiere mantenerse a la cabeza de los destinos turísticos tendrá que adaptarse a los nuevos deseos de los turistas. Atout France, la organización líder en turismo en Francia (también están a cargo de la clasificación de los hoteles) está orientando el turismo para que sea más sostenible, la industria del turismo tardará algún tiempo en seguirlo.

1. Turismo de playa

Con un total de 5500 km de costa en Francia continental, incluidos 1948 km de playas en 4 costas, 473 puertos deportivos, 5000 km de rutas de senderismo y 3000 km de rutas ciclistas, la costa es el principal destino turístico de Francia.

Es esta costa la que ha construido el turismo en Francia. De hecho, con la llegada de las vacaciones pagadas a Francia, el turismo se ha democratizado en el país y los balnearios han florecido a lo largo de la costa. A la oferta de turismo costero se ha sumado un amplio abanico de actividades: alquiler de embarcaciones, pesca organizada en el mar, regatas, cursos de formación, excursiones, etc. Todas estas actividades atraen cada año a más gente.

El Mediterráneo sigue siendo el principal destino de cruceros de Francia y Marsella, la escala más popular en Francia. El destino atlántico avanza a paso firme, impulsado por los puertos de Le Havre, Cherbourg y La Rochelle. Lo mismo ocurre en el Caribe, con Fort-de-France y Pointe-à-Pitre en tercer y segundo lugar respectivamente como puertos de salida después de Marsella.

2. Turismo de montaña

El senderismo, actividad al aire libre por excelencia gracias a su apertura a un amplio público, es un vector innegable de desarrollo económico a través del turismo.

La presencia de numerosas rutas de senderismo genera atracción turística, de las que Córcega es un buen ejemplo por la multitud de rutas de senderismo que se ofrecen a los turistas, permitiéndoles atravesar la isla de un lado a otro. Sin duda, el senderismo genera beneficios económicos para las zonas rurales que atraviesa, fomentando así el desarrollo de estas regiones.

El mundialmente famoso GR20, que apareció el año siguiente a la creación del Parque Natural Regional de Córcega (PNRC), atraviesa Córcega de norte a sur, desde Calenzana (en Balagne) hasta Conca (en Alta-Rocca), atravesando numerosos municipios a lo largo del territorio (ver mapa abajo).

El sendero Grande Randonnée se encuentra en el corazón del territorio del Parc Naturel Régional de Corse, que gestiona 13 refugios, todos ellos ubicados en el sendero del GR20. Estos refugios atraen a miles de turistas cada año.

Cabe señalar que los pueblos y aldeas de montaña se rigen por una ley denominada "ley de montaña" que tiene por objeto regular la construcción en estos municipios.

3. Turismo cultural

El turismo cultural es uno de los principales factores de atractivo de Francia. Casi la mitad de los 84,5 millones de turistas extranjeros que visitaron Francia en 2015 citaron las visitas culturales como uno de los motivos de su estancia. Entre estos, dos tercios de las entradas a los museos fueron realizadas por visitantes extranjeros.

Francia tiene un patrimonio bien repartido por todo su territorio y bien protegido desde principios del siglo XIX. La ley Malraux sobre "sectores salvaguardados", la creación de "ecomuseos", la creación por parte del CNMHS de la etiqueta "pueblos y países de arte e historia" y las políticas patrimoniales, dan una nueva aceptación a la noción de patrimonio.

Varias ciudades han tomado la ruta cultural. Lyon, por ejemplo, es un buen ejemplo. La ciudad organiza el Festival de las Luces todos los años. Cientos de miles de personas acuden cada año a celebrar a los hermanos Lumière, con enormes beneficios económicos.

4. Turismo de negocios

Con más de 24.000 viajes de negocios y 78.000 pernoctaciones de los franceses por las mismas razones, en 2017 el turismo de negocios es sin duda un sector importante. El gasto en turismo representa alrededor del 20% de la contribución del sector turístico al Producto Interior Bruto francés.

Francia es un sector líder en la economía empresarial en Europa y, por lo tanto, el turismo de negocios es una gran parte de la economía turística mundial.

Los principales ganadores son, por supuesto, las empresas del sector (agencias, organizadores y proveedores de servicios) que se benefician del 52% de los spin-offs financieros; mientras que hoteleros, transportistas y restauradores se reparten el 48% restante.

En términos de distribución geográfica, la región de Ile-de-France lidera el ranking por región. Capta el 32% de las spin-offs.

Las empresas francesas parecen favorecer la proximidad geográfica, eligiendo ubicaciones que estén más cerca de casa para reducir costos, pero lo suficientemente lejos para que no se sientan como si estuvieran en la oficina. Así, 6 de cada 10 empleados son invitados a eventos que se desarrollan en su región.

5. Ecoturismo

Si bien es cierto que el ecoturismo está en el centro de la hoja de ruta de Atout France, el país no es realmente un precursor del turismo sostenible. Algunos países, como Costa Rica, han apostado por un turismo verde y verdaderamente sostenible, en particular, avanzando hacia la neutralidad en carbono. Sin embargo, algunas buenas prácticas están creciendo en Francia como una nueva tendencia. De hecho, la pandemia ha obligado a las empresas existentes a repensar su modelo de negocio y

cambiar su enfoque hacia una forma de turismo más sostenible y local, que tiene una mayor demanda en tiempos de pandemia. En efecto, sin poder viajar como quisieran, los ciudadanos necesitan de viajar como quisieran, los ciudadanos en busca de un cambio de escenario están mostrando un deseo de redescubrir su vida cotidiana.

Fuentes

- RICHEZ G. et RICHEZ-BATTESTI J. (1991) « Les activités sportives de pleine nature dans l'espace rural corse ».
- RICHEZ G. (1983) Le Parc Naturel Régional de la Corse onze ans après. Méditerranée.
- ATOUT FRANCE
- UNWTO World Tourism Barometer
- Delfau, E. (2015). Le tourisme : quelle ambition pour la France ?. Annales des Mines - Réalités industrielles, 2015.
- BENHAMOU F. (2009). L'économie de la culture. Septième édition. Collection Repères.
- T. DAUM, et E. GIRARD. (1997) Du voyage rêvé au tourisme de masse.
- F. DEPREST. (1997). Enquête sur le tourisme de masse : l'écologie face au territoire. Mappemonde. Belin.
- R. AMIROU. (2000) Imaginaire du tourisme culturel, Paris, PUF.

REVISIÓN DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA DEL TURISMO SOSTENIBLE EN ITALIA

El turismo sostenible se puede definir como un turismo que tiene en cuenta los impactos ambientales, económicos y sociales, incluidos los futuros, al satisfacer las necesidades de los clientes, la industria, el medio ambiente y las comunidades anfitrionas.

Es un concepto tan amplio que involucra todos los aspectos y todos los actores de la experiencia de viaje. El enriquecimiento cultural y la relajación van de mano con la atención a los medios por los que se viaja, dónde se duerme, qué se come, qué itinerarios se eligen para no dañar el medio ambiente. La idea que promueve el turismo sostenible es de vacaciones responsables y eco-amigables.

1. Turismo sostenible en Italia

El turismo sostenible también está creciendo en Italia, y no solo involucra a los clientes sino que se está extendiendo a los operadores. El Banco de Italia, en un informe de diciembre de 2018 titulado 'Turismo en Italia: números y potencial de desarrollo', relaciona directamente la evolución del sector con el enfoque en la sostenibilidad. El informe recoge una recomendación de la OSCE (Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa) a los gobiernos para que realicen "inversiones verdes" para:

- aumentar la eficiencia energética de las instalaciones de alojamiento;
- mejorar la gestión de los recursos hídricos y los sistemas de recogida de residuos;
- promover el cuidado de la tierra, la biodiversidad y el patrimonio cultural de cada país.

Particularmente relevantes para Italia son la protección y la valorización de su patrimonio cultural, una de sus fortalezas indiscutibles, y el cuidado de la tierra. En definitiva, las vacaciones sostenibles no solo mejoran el Planeta, sino que también ayudan a los operadores que las promueven ya las comunidades locales afectadas. De ser un fenómeno de costumbre, se están convirtiendo en un recurso indispensable para la economía local, una oportunidad para todos.

La atención al turismo sostenible en Italia casi se ha duplicado desde la pandemia. De hecho, 3,7 millones de italianos están interesados en el tema y de estos, casi el 60% son mujeres. A reportar los datos es Omio, una aplicación de viajes que permite a aquellos que quieren planificar sus viajes para comparar ofertas.

La encuesta de 2022 contó con la participación de más de 2000 adultos, con una edad media de 41 años. Los entrevistados entre 25 y 35 años tienen un tercio más de interés en el tema de la sostenibilidad que el promedio.

La encuesta de Omio muestra que los viajeros que optan por el turismo sostenible en Italia toman decisiones específicas. En primer lugar, prefieren la alimentación ecológica y los vehículos eléctricos. Además, prefieren alojarse en un bed and breakfast en lugar de un gran hotel.

Una vez más, el turista ecológico prefiere los viajes de mochilero aventureros. Por eso viajan ligeros, en tren o autobús, y se hospedan en albergues. De esta forma pueden ahorrar dinero, explorar lugares y hacer nuevos encuentros.

Según el 8º Informe “Italianos, Turismo Sostenible y Ecoturismo”:

- El 41 % de los italianos considera que el turismo sostenible es éticamente correcto
- El 58% de los viajeros planifica su viaje pensando en el daño que podría causar al medio ambiente

- Casi el 70% renunciaría a su coche si se pudiera llegar al destino en tren

En cuanto a la comida:

- El 93% prefiere restaurantes que ofrezcan productos 0 km
- El 81% elige restaurantes que utilicen ingredientes procedentes de la agricultura ecológica

Según el 11º Informe “Italianos, Turismo Sostenible y Ecoturismo”, durante los próximos diez años, la conciencia sobre el turismo sostenible y el ecoturismo crecerá para el 69 % de los italianos (+3 % en comparación con la encuesta del año pasado). El porcentaje sobre el nivel de conocimiento de la definición de 'turismo sostenible' entendido como aquel que respeta el medio ambiente y busca reducir el consumo de energía y recursos del suelo asciende al 85% (+2% respecto a la última encuesta). Un total del 73% de los encuestados lo considera éticamente correcto y cercano a la naturaleza (+2% respecto a la encuesta anterior).

2. Los beneficios y los obstáculos del Turismo Sostenible

Ecobnb, una comunidad de viajes en línea para el turismo sostenible, explica algunos de los beneficios que Italia ha visto a través del turismo sostenible y ecológico.

En primer lugar, se han visto beneficios económicos en Italia a través del turismo sostenible que ha proporcionado un boom de oportunidades laborales en el país. Así, los locales han podido trabajar en atención al cliente, hoteles o simplemente ayudar con el transporte, trabajando con empresas de taxis. Pero estos no son sólo beneficios económicos.

En el aspecto cultural, se ha trabajado para apoyar el desarrollo y, en la última instancia, la preservación de las costumbres tradicionales en el

país. Esto no solo ayuda a estas comunidades con la financiación de sus actividades culturales, sino que también las protege para los futuros turistas, haciéndolas más sostenibles.

Definitivamente, los beneficios sociales del turismo sostenible. Gracias a estos ingresos del turismo en el país, hubo un aumento en la infraestructura, desde la renovación de caminos, hasta sistemas mejorados de alcantarillado. Como resultado, esto ha mejorado la calidad de vida en el país y lo ha solo convertido en un lugar más atractivo para los turistas.

El artículo de Ecobnb resume afirmando que a través del turismo sostenible en el país se ha visto un crecimiento en la calidad que ha permitido que sus sitios patrimoniales permanezcan inmaculados y bien conservados.

Sin embargo, si bien existen muchas ventajas cuando se realiza un Turismo Sostenible, también presenta muchos obstáculos. Según la encuesta de Omio, los principales obstáculos para un turismo verdaderamente sostenible son tres factores: costo, modo de viaje y duración. Específicamente, al 41% de los encuestados les gustaría tener alternativas de viaje sostenibles más baratas disponibles. Para el 19% de las personas, los billetes de autobús y tren son demasiados caros como para preferirlos al barco o al avión. En cuanto a los modos de viaje, el mayor problema se puede resumir en la falta de información sobre las opciones sostenibles disponibles. El 35 % de los encuestados afirmó que no tenía opciones ni información sobre alternativas de viaje sostenibles. Este porcentaje es aún mayor entre los grupos más jóvenes. Otro factor decisivo cuando se trata de opciones de viaje sostenibles se refiere a la velocidad: el 32 % de los encuestados cree que los autobuses y los trenes son medios de transporte demasiado lentos, mientras que el 37 % cree que estos medios son menos flexibles que un automóvil.

3.El “Decreto Recovery 2021”

El turismo sostenible es, por tanto, una realidad factible, pero se necesita una colaboración que no empiece solo con los turistas sino que se extienda entre los operadores del sector: deben comprometerse a ofrecer actividades y experiencias de bajo impacto en el medio ambiente, y al mismo tiempo. Al mismo tiempo, los hoteles y restaurantes deben preocuparse por el medio ambiente tanto a través de su elección de productos alimenticios y enológicos como de su consumo de energía y productos químicos.

El Decreto de Recuperación preveía también un Fondo Rotatorio Empresarial, con una dotación de 180 millones de euros, a través del cual se podrán conceder aportaciones directas al gasto por importe del 35% de los costes incurridos para la sostenibilidad ambiental, la innovación digital y la recalificación energética.

Dentro del Fondo de Fondos, se establece un apartado denominado 'Fondo para el Turismo Sostenible' con una dotación de 500 millones de euros para la ejecución de la mencionada línea de proyecto dedicada al desarrollo y resiliencia de las empresas del sector turístico, con una dotación de 50 % de reserva para intervenciones destinadas a apoyar inversiones de recalificación energética.

4.Ejemplos de turismo sostenible en Italia

Por sus características, las prácticas de turismo sostenible en Italia viajan en muchas direcciones. “Verdes”, por ejemplo, son los 'alberghi diffusi': instalaciones de alojamiento que no consumen terreno adicional con nuevas construcciones, sino que ofrecen comida y alojamiento en edificios renovados en los pueblos históricos de Italia, como en las colinas de la Riviera occidental de Liguria o en las montañas de Barbagia en Cerdeña.

En otros casos, la reconversión se trata de edificios que nacieron con

un destino completamente diferente. Es el caso de la aldea minera de Narcao en Sulcis (Cerdeña), reconvertida en un ecomuseo con capacidad para 40 camas, o la antigua central termoeléctrica de Porto Tolle, que se transformará en un espacio abierto innovador y sostenible. polo turístico aéreo que ofrece espacios para la práctica de deportes náuticos, experiencias para la valorización de la excelencia ambiental y paisajística, y una estructura para el desarrollo de la producción pesquera y agrícola típica.

La Asociación Italiana de Turismo Responsable (AITR) ha publicado un mapa del turismo sostenible en Italia, que enumera todos los lugares de interés para el turismo que se remontan a sus miembros. Se trata de pequeños municipios asociados a la red de Pueblos Auténticos de Italia, reservas naturales gestionadas por WWF, hoteles y campings que han obtenido la certificación ambiental de Legambiente, o bioagroturismos certificados por el Instituto de Certificación Ética y Ambiental (ICEA).

La atención a lo que se ofrece en la mesa y el compromiso ético-social también son principios del turismo sostenible: por ejemplo, la promoción de productos de kilómetro cero y, en el segundo caso, los itinerarios del Valle del Sosio en la provincia de Palermo, con organizaciones antimafia que ofrecen rutas 'pizzo free'.

Aquí hay una lista de algunos otros ejemplos de turismo sostenible en Italia:

- **Cerdeña** - El desfiladero de Gorroppu, para los amantes del senderismo, un paraíso en el Supramonte. Es un cañón maravilloso, el más profundo de Europa. Su profundidad hace que sea de difícil acceso, por lo que aún conserva varios endemismos sardos. Las empresas que se ocupan de las excursiones en el sitio se preocupan por promover y mejorar el área en la protección total del medio ambiente;
- **Sicilia** - El Parque Nebrodi, una gran área verde entre Messina, Enna y Catania. La autoridad del parque y el Centro Parchi Internazionali

han firmado un memorando de entendimiento con el objetivo de crear un polo ecoturístico para atraer turistas al área protegida más grande de Sicilia;

- **Apulia** - Salento en bicicleta, con itinerarios de una semana sobre dos ruedas. En los últimos años, el creciente interés por el medio ambiente y la revalorización de la zona ha llevado a la creación del Salento Bici Tour, cicloturismo con enfoque en el medio ambiente;
- **Toscana** - El itinerario sostenible del Parque Nacional Foreste Casentinesi, entre cascadas y bosques. Tras el proceso de candidatura llevado a cabo en 2014 y la posterior visita del auditor de Europarc, el Parque Nacional obtuvo el prestigioso reconocimiento de la primera fase de la Carta Europea de Turismo Sostenible.

La sostenibilidad pasa también por la movilidad 'eco-friendly' que implica itinerarios turísticos a pie, en bicicleta o con vehículos eléctricos. Los amantes del senderismo y los paseos por los senderos de los Alpes y los Apeninos siempre han respetado la filosofía de los viajes con cero emisiones, que también comparten quienes optan por seguir las históricas rutas jacobeanas, como la Via Francigena. Para los amantes del ciclismo, en cambio, la bicicleta eléctrica permite pedalear evitando el cansancio y disfrutar de rutas organizadas, como a la Isla de Elba o a los lugares de Leopardi en Recanati.

Si dos ruedas no son suficientes para moverse, uno puede cambiar a un automóvil eléctrico. En febrero de 2018, se firmó un memorando de entendimiento con el Ministerio de Cultura y Turismo para promover la movilidad eléctrica en las ciudades con mayor vocación turística, como en muchas de las zonas más pintorescas de Italia, desde la Costa d'Argento hasta Ventotene, desde Ischia a Sicilia.

5. Gamificación en las escuelas

Gamificación es una palabra elegante que se ha utilizado en gran medida en la educación y el aprendizaje. En pocas palabras, la gamificación es el uso de elementos de diseño y principios de juegos en un contexto que no es de juegos. Un claro ejemplo de esta práctica es el uso de principios y temas dentro del juego, como adquirir “puntos” virtuales o completar una serie de tareas o actividades a fin de avanzar al siguiente nivel, en un contexto diferente a lo del juego con el objetivo de brindar diversión y estimulación para el alumno.

La gamificación se usa cada vez más en entornos educativos por varias razones: cuando se trata de aprender, estar enfocado e inmerso puede mejorar su experiencia. Ofrece una forma de hacer que la educación sea más amena y divertida, así como de aumentar la productividad. En resumen, hace que las cosas difíciles sean más divertidas, ayudando a motivar a los estudiantes y hacerlos más comprometidos con el tema.

La pandemia cambió la educación en todos los niveles, incluidos el bachillerato y la universidad, y ha obligado a los educadores e instituciones a adaptar muy rápidamente las nuevas estrategias de enseñanza. El desarrollo de herramientas educativas compatibles con el distanciamiento social se ha convertido en una estrategia fundamental ya que millones de estudiantes fueron confinados para reducir la propagación de la epidemia.

La gamificación a menudo se centra en recompensas y objetivos. En el caso del aprendizaje, se puede dar una recompensa una vez que se aprende algo nuevo. A través de los juegos, los alumnos pueden aprender de una manera emocionante y entretenida mientras aumentan su conocimiento y comprensión del tema. Sin embargo, estos elementos basados en juegos también pueden integrarse en actividades dentro del aula y no solo a través de computadoras o tabletas.

En resumen, algunos proyectos de gamificación tendrán éxito y otros fracasarán. Si queremos mejorar las probabilidades de que la ludificación

brinde valor a las escuelas, debemos diseñar cuidadosamente proyectos de ludificación que aborden los desafíos reales de las escuelas, que se centren en las áreas donde la ludificación puede proporcionar el máximo valor, que se basen en la investigación existente y que aborden los peligros potenciales de la gamificación tanto para los juegos como para las escuelas. Junto a la creación de proyectos de gamificación, debemos desarrollar evaluaciones significativas de si están logrando sus objetivos.

Exactamente como la robótica educativa, la gamificación también está incluida en el Plan Nacional de Escuela Digital de Miur (Ministerio de Educación de Italia), que premia a las escuelas que adoptan la innovación digital con el Premio Escuela Digital, en lo que las escuelas pueden nominar proyectos e iniciativas, realizados o en curso, que propongan modelos innovadores y buenas prácticas de didáctica digital integrada, también probados durante la emergencia epidemiológica, capaces de producir un impacto significativo en el aprendizaje de habilidades digitales, favoreciendo la producción de contenidos didácticos digitales y la participación activa de los estudiantes.

Fuentes

- VIII rapporto “Gli italiani, il Turismo Sostenibile e l’Ecoturismo”, <https://www.fondazioneuniverde.it/iniziative/presentato-8-rapporto-gli-italiani-il-turismo-sostenibile-e-lecoturismo/>
- XI Rapporto “Gli italiani, il turismo sostenibile e l’Ecoturismo”, <https://www.fondazioneuniverde.it/wp-content/uploads/2021/09/XI-Rapporto-Italiani-turismo-sostenibile-ed-ecoturismo-settembre-021.pdf>

REVISIÓN DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y LAS POLÍTICAS EXISTENTES EN BULGARIA

Este documento tiene como objetivo proporcionar una revisión de la investigación científica y las políticas existentes en Bulgaria.

Basado en el análisis de la revisión de artículos, el documento sintetizó la investigación teórica de cómo se desarrolla el ecoturismo en Bulgaria, la adopción de un sistema de hospitalidad sostenible, las reglas y la ley existente para la inclusión de empleados con discapacidades, el comportamiento proambiental en la industria turística.

Los hallazgos se basan en diferentes formas de investigación que se concentran en estudios cuantitativos y cualitativos realizados principalmente dentro de la industria hotelera.

La síntesis de las corrientes teóricas identifica que la investigación puede basarse en la literatura de marketing, el comportamiento del consumidor, la promoción de servicios y los enfoques de toma de decisiones.

Primero, necesitamos identificar qué conocimientos, habilidades y destrezas son necesarios para preparar al estudiante al mercado laboral, ya que los estudiantes son la fuerza laboral del futuro.

Uno de los propósitos principales del proyecto es incluir a los estudiantes con discapacidades para darles las mismas oportunidades de tener éxito, aprender y desarrollarse. Las prácticas inclusivas generarán una actitud de mayor aceptación y apoyo hacia los empleadores, así como un mayor compromiso por parte de los empleados.

De acuerdo con la Estrategia Nacional de Ecoturismo de USAID, Bulgaria tiene una rica historia, una naturaleza significativa: estaciones de esquí de montaña, hermosas playas y muchas áreas rurales subdesarrolladas para los buscadores de naturaleza y aventuras y una identidad cultural que está bien desarrollada en las áreas rurales. Estos

recursos proporcionan una base sólida para el ecoturismo en Bulgaria. Esto crea un segmento turístico de nicho basado en valores naturales únicos que conducen a la conservación de la biodiversidad y al crecimiento económico, desarrollando así sistemas para fomentar la conservación y gestión sostenible de los recursos naturales en y alrededor de las áreas protegidas de Bulgaria.

El procesamiento sostenible de alimentos es uno de los principales objetivos para fomentar el ecoturismo y facilitar la adopción de hábitos más saludables no solo en Bulgaria, sino también en Europa.

Las habilidades y actitudes ecológicas son importantes para el desarrollo sostenible de las empresas de turismo y hostelería.

La sostenibilidad está entrando en la idea de proteger el medio ambiente, lo que impone el uso más eficiente de los recursos en el turismo y la hostelería. Así, muchas empresas están orientando sus estrategias hacia un desarrollo más verde, con mayor preocupación por el medio ambiente.

Algunas de las políticas locales existentes que aplican los hoteles son:

- Información, instrucciones, supervisión y capacitación correctas y claras para todos los empleados;
- Todos los empleados son informados de las normas vigentes de salud y seguridad aplicables;
- Hay un equipo de emergencia listo para actuar en los casos de emergencia planificados (por ejemplo, incendios, inundaciones, terremotos, contaminación ambiental);
- Llevamos a cabo medidas sanitarias preventivas con el fin de garantizar la máxima seguridad y protección;
- Actualizamos y mejoramos constantemente nuestros métodos de operación para eliminar posibles accidentes y lesiones.

Todos los empleados deben llevar a cabo sus responsabilidades con respecto a las habilidades y actitudes ecológicas son importantes para el desarrollo sostenible de las empresas de turismo y hostelería.

La sostenibilidad está entrando en la idea de proteger el medio ambiente, lo que impone el uso más eficiente de los recursos en el turismo y la hostelería. Así, muchas empresas están orientando sus estrategias hacia un desarrollo más verde, con mayor preocupación por el medio ambiente.

Algunas de las políticas locales existentes que aplican los hoteles son:

- Información, instrucciones, supervisión y capacitación correctas y claras para todos los empleados;
- Todos los empleados son informados de las normas vigentes de salud y seguridad aplicables;
- Hay un equipo de emergencia listo para actuar en los casos de emergencia planificados (por ejemplo, incendios, inundaciones, terremotos, contaminación ambiental);
- Llevamos a cabo medidas sanitarias preventivas con el fin de garantizar la máxima seguridad y protección;
- Actualizamos y mejoramos constantemente nuestros métodos de operación para eliminar posibles accidentes y lesiones;
- Todos los empleados deben cumplir con sus responsabilidades con respecto a la salud y la seguridad según lo establecido en las políticas de los hoteles;
- Pero según una investigación en Bulgaria, existen algunas lagunas en el comportamiento proambiental en la industria del turismo.

Desarrollar un comportamiento proambiental aumenta la

competitividad y el desempeño financiero de las empresas de turismo y hotelería.

A través de un cuestionario en línea y entrevistas que se distribuyeron por correo electrónico a todas las empresas de turismo y hotelería, cuyos correos electrónicos se encontraron en los registros nacionales de establecimientos de alojamiento, puntos de venta de alimentos y bebidas, agencias de viajes y museos en Bulgaria, gerentes y empleados se les pidió que evaluaran el nivel de comportamiento y habilidades proambientales.

Los resultados muestran que la brecha más alta estaba en la capacidad de gestionar residuos, aguas residuales, reciclaje y compostaje.

Sin embargo, los gerentes de los puntos de venta de F&B informaron un nivel actual más alto de su capacidad para minimizar el uso y maximizar la eficiencia del consumo de energía y agua. De manera similar, los gerentes de F&B informaron un mayor nivel actual de conservación de la biodiversidad, probablemente porque F&B está directamente relacionado con el procesamiento de productos vegetales y animales.

El análisis muestra que los profesionales del turismo búlgaros aún no clasifican el comportamiento proambiental como particularmente esencial. Todos los encuestados reconocieron que la gestión y la protección del medio ambiente son importantes y deberían ser el foco del futuro desarrollo de habilidades, pero por ahora no son una prioridad y, por lo tanto, solo se brinda capacitación especializada limitada. Las empresas consideraron las habilidades relacionadas con el reciclaje, la reducción de desechos y el ahorro de agua, electricidad y otros recursos como las más importantes, probablemente debido a los impactos financieros directos de estos ahorros en los resultados de las empresas.

Aquí puedes ver las preguntas que se le hicieron a la gente:

- Capacidad para minimizar el uso y maximizar la eficiencia del consumo de energía y agua;

- Capacidad para gestionar residuos, aguas residuales, reciclaje y compostaje;
- Conservación de la biodiversidad;
- Promoción de formas sostenibles de transporte (por ejemplo, transporte público);
- Promoción de actividades y productos respetuosos con el medio ambiente;
- Conocimiento del cambio climático.

Hablando de empleados, otro aspecto importante es el empleo de personas con discapacidad.

Según una investigación del grupo TMF, las personas con discapacidad que están registradas en la agencia de empleo de Bulgaria tienen derecho a utilizar la mediación laboral especializada para informar y encontrar empleo y orientación vocacional en virtud de la Ley de Promoción del Empleo.

Con respecto a las personas con discapacidad permanente, la PDA presenta un nuevo requisito para que los empleadores búlgaros con 50 o más empleados sigan las cuotas para contratar personal con discapacidad permanente:

- empleadores con 50 a 99 empleados: 1 persona con discapacidad permanente;
- empleadores con 100/100+ empleados: 2% de su promedio de personal.

Es importante señalar que si un empleador no cumple con las obligaciones de contratar personal con discapacidad permanente bajo cuotas, está obligado a pagar una compensación mensual. La compensación asciende al 30 % del salario mínimo mensual búlgaro por

cada puesto vacante desocupado destinado a una persona con discapacidad permanente.

La obligación sólo puede anularse en las siguientes circunstancias:

- Existen factores específicos en el entorno laboral que impiden la contratación de personas con discapacidad permanente.
- No existen personas con discapacidad permanente registradas y derivadas por las Direcciones de las Oficinas de Empleo o por los intermediarios de contratación.
- Los empresarios están aplicando medidas alternativas de empleo para las personas con discapacidad permanente.

La PDA (Ley de Personas con Discapacidad) también permite que los empleadores soliciten financiamiento bajo un programa nacional (ante la Agencia para Personas con Discapacidad) para emplear a personas con discapacidad para fines específicos. Hay un procedimiento separado a seguir para esto, y aún no se ha finalizado.

1. Turismo sostenible en Bulgaria

Con el fin de mejorar la eficiencia económica y el desempeño económico mediante la optimización del uso de los recursos naturales y sociales, Bulgaria está comprometida con la implementación de los principios del desarrollo sostenible a nivel nacional, que establece 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Tres de estos objetivos están particularmente relacionados con el turismo sostenible.

- SDG 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos; subobjetivo 8.9: para 2030, diseñar e implementar políticas para promover el turismo sostenible que cree empleos y promueva la cultura y los productos locales;

- SDG 12 – Asegurar patrones de consumo y producción sostenibles; subobjetivo 12b: desarrollar e implementar herramientas para monitorear los impactos del desarrollo sostenible para el turismo sostenible que crea empleos y promueve la cultura y los productos locales;
- SDG 6 - Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos; subobjetivo 6.4: para 2030, aumentar sustancialmente la eficiencia en el uso del agua en todos los sectores y garantizar la extracción y el suministro sostenibles de agua dulce para abordar la escasez de agua y reducir sustancialmente el número de personas que sufren escasez de agua.

De acuerdo con la Estrategia de Turismo 2030, que se centra en la sostenibilidad, el crecimiento del turismo en los últimos años ha demostrado su importancia como actividad generadora de riqueza, empleo y desarrollo de nuevas actividades económicas. Sin embargo, este crecimiento ha traído importantes desafíos en términos de compatibilizar el modelo de desarrollo con las comunidades locales y con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. En este contexto, los gobiernos y los actores del turismo exigen desarrollar estrategias y políticas turísticas que se basen en los principios de la sostenibilidad. En Bulgaria, en el último año el turismo registró resultados positivos que refuerzan su capacidad para generar más ingresos y empleo. El Gobierno búlgaro lanzó en 2014 y actualizó en 2017 la Estrategia Nacional para el Desarrollo Sostenible del Turismo 2014-2030, que define la visión de la industria turística búlgara para los próximos 15 años: “Hacer de Bulgaria un destino de un año cuyo desarrollo se base en sobre los principios de sostenibilidad: uso óptimo de los recursos, respeto por la autenticidad sociocultural de las comunidades locales, garantía de una actividad económica fiable y una distribución equitativa de los beneficios socioeconómicos”. Dado que Bulgaria se encuentra en sus primeras etapas de desarrollo del turismo sostenible, las autoridades responsables deben proporcionar las condiciones necesarias para el desarrollo sostenible del sector equilibrando el bienestar de los

turistas y las comunidades locales, las necesidades del entorno natural y cultural y el desarrollo y competitividad del destino y del negocio. La Estrategia Nacional de Turismo de Bulgaria 2030 establece cuatro pilares estratégicos:

- Crear un entorno favorable y un área de negocios para el desarrollo del Turismo Sostenible;
- Desarrollar un sector Turístico competitivo;
- Promocionar Bulgaria y posicionar con éxito al país en el mercado turístico mundial como un destino atractivo;
- Equilibrar el desarrollo de las zonas turísticas.

La importancia de la sostenibilidad en el turismo y su medición e interpretación es destacada por muchos autores a lo largo de la literatura. Además, la Unión Europea, la Organización Mundial del Turismo (OMT), la Agencia Europea de Medio Ambiente (EEA) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) han emitido un documento que describe los indicadores de sostenibilidad y su medición en los tres pilares: económico, ambientales y sociales. Estas mediciones exploran y destacan el papel del turismo en algunas áreas clave, tales como: crecimiento económico inclusivo y sostenible; inclusión social, empleo y reducción de la pobreza; la eficiencia de los recursos, la protección del medio ambiente y los valores culturales, la diversidad y el patrimonio.

2. Cómo promover actividades turísticas inclusivas

La financiación se utiliza para financiar proyectos de empleadores para crear nuevos puestos de trabajo y mejorar las condiciones laborales de las personas en edad de trabajar con discapacidad permanente en 2021. Los fondos se proporcionan bajo el Programa Nacional de Empleo de Personas

con Discapacidad del Ministerio de Trabajo y Política Social.

Los empleadores reciben apoyo financiero para proporcionar acceso a puestos de trabajo existentes o nuevos para personas con discapacidad. También son asistidos para proporcionar la calificación o recalificación de un trabajador con discapacidad.

Otro proyecto ayuda a las personas con discapacidad que quieren iniciar un negocio independiente.

La construcción de un entorno arquitectónico accesible de sitios culturales, históricos y deportivos para personas con discapacidad también contribuye a la inclusión de las personas con discapacidad.

La presente Ley tendrá por objeto proporcionar condiciones y garantías para: 1. la igualdad de las personas con discapacidad; 2. integración social y ejercicio de los derechos de las personas con discapacidad; 3. apoyo a las personas con discapacidad y sus familias; 4. Integración de las personas con discapacidad en el entorno laboral. Artículo 3 No se permitirá ninguna forma de discriminación, ni directa ni indirecta, contra las personas con discapacidad. Artículo 4 La integración de las personas con discapacidad se llevará a cabo mediante: 1. rehabilitación médica y social; 2. educación y formación profesional; 3. empleo; 4. entorno arquitectónico y de vida accesible; 5. servicios sociales; 6. protección socioeconómica; 7. información accesible.

3. Gamificación en las escuelas

Cuando el término 'gamificación' aparece en el contexto de la educación, generalmente se usa como una forma de mejorar el compromiso y la motivación de los estudiantes. Esta debería ser razón suficiente para integrar esta forma de aprendizaje en el proceso general de aprendizaje. Pero la investigación ha documentado una variedad de otros beneficios, incluido el desarrollo de la perseverancia y la resistencia, la mejora de las habilidades para resolver problemas y el fomento de la

creatividad.

La gamificación también puede ser la aplicación de elementos y principios creados para jugar en un contexto que no es de juego. Los elementos de los juegos incluyen: recibir puntos o insignias por respuestas correctas. Un principio básico en los juegos es la transición de un nivel a otro al completar con éxito el anterior.

Se puede decir que los elementos y principios del juego están presentes en la escuela. Los puntos son en realidad las calificaciones que recibe el estudiante. Los personajes son los propios alumnos y profesores. ¿Objetivos específicos? Para pasar las pruebas con éxito. Y la transición de un nivel a otro es la transición de una clase a una superior.

Una de las oportunidades para la innovación es la aplicación de diferentes enfoques al proceso de aprendizaje. En Bulgaria, a través de diferentes plataformas, los profesores pueden crear su propia aula virtual donde pueden proporcionar materiales interactivos adicionales para el trabajo.

Fuentes

- Green Skills Gap in the Bulgarian Tourism Industry, 2021, Maya Ivanova, Stanislav Ivanov, Irina Petkova.
<https://www.liebertpub.com/doi/10.1089/scc.2021.0016>
- <https://www.tmf-group.com/en/news-insights/articles/2019/march/bulgaria-new-people-with-disabilities-act/>
- <https://www.mlsp.government.bg/eng/with-35-million-bgn-will-be-financed-projects-for-employment-of-persons-with-disabilities>

REVISIÓN DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y LAS POLÍTICAS EXISTENTES EN LA REPÚBLICA DE CHIPRE (ROC)

1. Introducción

El Turismo Sostenible constituye un gran reto para todas las economías contemporáneas, llamando a todas las partes interesadas, tanto del sector público como del privado, a establecer las asociaciones pertinentes (APP) para garantizar que esto proporcione los incentivos pertinentes y cree las sinergias adecuadas que aseguren el crecimiento. Esto es complementario al resto de actividades que realiza el sector público para mejorar la infraestructura turística nacional y garantizar la atracción de más personas, o bien el sector privado, que invierte fuertemente en la industria específica. Además, no se puede descuidar el papel de otras organizaciones sin fines de lucro, como las Cámaras de Comercio, ya que pueden convertirse en un socio estratégico efectivo a través de su experiencia y trabajo en red. Finalmente, dentro de este proceso, el papel estratégico y el impacto de las universidades deben tomarse seriamente en consideración, ya que a través de su conocimiento científico, experiencia y capacidad para desarrollar una investigación de mercado eficaz, pueden proporcionar a la industria del turismo el conocimiento adecuado y, por lo tanto, crear un entorno empresarial bastante completo que será beneficioso para todas las partes interesadas. Esto por supuesto incluye el capital humano que también se considera como un elemento primordial para asegurar el desarrollo del turismo sostenible y contribuir a la calidad general, dentro de un ambiente de trabajo adecuado que crea la oportunidad para el autodesarrollo.

Este documento examina varios aspectos, tal como se han descrito, dentro de la República de Chipre (RoC) para brindar una visión bastante completa de los problemas relacionados con la industria, así como el concepto de sostenibilidad, como parte de la dirección estratégica del país.

2. Planificación Estratégica del Viceministerio de Turismo

El Viceministerio de Turismo revisó en 2019, justo después del brote de la pandemia de Covid-19, su planificación estratégica para el turismo para asegurar un crecimiento sostenible, basado en el modelo SMART (Specific, Measurable, Achievable, Realistic, Time-bounded). La Planificación Estratégica identificó problemas que necesitan ser enfrentados de manera efectiva para asegurar la sostenibilidad.

- i. Estacionalidad - Chipre es famoso por su glorioso clima soleado durante todo el año, con más de 300 días soleados al año. A pesar de eso, el país no ha logrado atraer visitantes durante el invierno, generando serios problemas para las empresas, y el gobierno que necesita sumar a su nómina a miles de profesionales;
- ii. Regionalidad - a pesar de ser un país relativamente pequeño, el turismo en Chipre no se ha distribuido de manera equitativa, y ciertas áreas, como las rurales, enfrentan serios problemas. Esto se suma a la estacionalidad, lo que genera serias preocupaciones sobre la capacidad del país para garantizar el desarrollo sostenible y mitigar la urbanización;
- iii. Competitividad – Mantenerse competitivo siempre ha sido uno de los problemas más importantes de la industria turística del país. La falta de capacitación de los recursos humanos ha creado serios obstáculos, a diferencia de las décadas de 1980-2010 en las que el país se destacó por su hospitalidad y alto nivel de calidad;
- iv. Falta de decisiones basadas en datos - el antepasado del Viceministerio de Turismo, la Organización de Turismo de Chipre, operaba sobre una base bastante burocrática y se

mantenía alejada de los hechos estadísticos reales. Esto generó un desfase entre la realidad y el proceso de toma de decisiones, lo que en varias ocasiones ha creado problemas a la industria y por supuesto a las empresas individuales;

- v. No se percibe como amigable con el clima - como resultado de su clima generalmente cálido, miles de personas se resisten a visitar Chipre. El problema residía en el hecho de que el país no podía ofrecer formas alternativas de turismo, especialmente en las zonas rurales que no solo pueden ofrecer un clima excelente, sino también excelentes instalaciones para que los huéspedes la pasen de maravilla.

Basado en todos los problemas anteriores, la planificación estratégica del Viceministerio ha establecido objetivos específicos que ayudarán al país a disfrutar de un crecimiento sostenible. Es importante destacar que esta planificación incluye elementos tanto tangibles como intangibles, lo que ayuda a todas las partes interesadas a participar de manera efectiva en este proceso. Por lo tanto, se han fijado los siguientes objetivos en términos de sostenibilidad:

- i. Desarrollar un nombre de marca e imagen sólidas a través de un enfoque desarrollado profesionalmente para garantizar que el país tenga un nombre positivo y pueda atraer huéspedes de alta calidad de un entorno diversificado;
- ii. Que el país desarrolle un enfoque holístico con la participación de todas las posibles partes interesadas para que Chipre se convierta en uno de los 30 principales destinos del mundo y pueda competir con mercados tradicionalmente fuertes;
- iii. El país revelará sus beneficios generales que lo ayudarán a convertirse en un destino durante todo el año, centrándose especialmente en los mercados que enfrentan condiciones climáticas extremas durante los meses de invierno, como la región de Escandinavia;

- iv. Aumentar sustancialmente la calidad general de la industria, especialmente aquellos que se encuentran dentro de los recursos humanos. Esto requiere la cooperación con la Autoridad Nacional de Desarrollo de Recursos Humanos;
- v. Convertirse en un destino digitalmente inteligente, en el que la infraestructura nacional desarrollada por el Viceministerio de Investigación, Innovación y Política Digital ayude a las empresas de la industria a transformar digitalmente sus operaciones;
- vi. Convertirse en un destino amigable con el clima, develando los secretos ocultos del país. Esto se lleva a cabo con la cooperación de la Oficina del Comisionado para el Desarrollo de las Comunidades de Montaña;
- vii. Convertirnos en un lugar en el que todos los residentes, independientemente de su lugar de residencia, puedan beneficiarse igualmente del desarrollo turístico y ayudar a mitigar el problema de urbanización que está aumentando considerablemente en RoC.

3.Desarrollo Sostenible de Áreas Rurales y Formas Alternativas de Turismo

Como se ha señalado, el desarrollo sostenible de las áreas rurales del país sigue siendo un verdadero desafío para las autoridades nacionales, ya que está relacionado con varios temas, como la distribución equitativa de los ingresos del turismo, la mitigación de la urbanización y ayudar a estas áreas a digitalizarse. transformar su infraestructura regional e individual. El Viceministerio de Turismo, junto con la cooperación de otras partes interesadas clave, como la Unión de Comunidades de Chipre, ha elaborado, desarrollado e implementado en los últimos años una planificación estratégica muy ambiciosa. La planificación fue el resultado

de un diálogo social a largo plazo y ha dado lugar a algunos resultados importantes, que se centran principalmente en servir a los siguientes objetivos. Cabe señalar que los resultados aún están por verse, sin embargo, los resultados iniciales muestran que la planificación estratégica está funcionando.

- i. Garantizar que las parejas jóvenes regresen o permanezcan en sus comunidades que han sido duramente golpeadas por la creciente amenaza de la urbanización, por lo tanto, aumentar los potenciales generales para la inclusión social y económica y la sostenibilidad;
- ii. Proporcionar incentivos para jóvenes y, lo que es más importante, mujeres empresarias, prestando atención al turismo y al sector primario, a fin de que las comunidades se vuelvan más dinámicas y sostenibles desde el punto de vista financiero;
- iii. Lograr gradualmente distribuir equitativamente los ingresos del turismo hacia estas comunidades que han sido desatendidas en años anteriores, tomando en cuenta sus enormes capacidades y potencialidades para crecer en el sector;
- iv. Desarrollar un conjunto de formas alternativas de turismo financieramente viables. Formas como médica, religiosa, conferencias, exploración de la naturaleza y observación de aves han experimentado un crecimiento masivo como resultado de este enfoque estratégico;
- v. Atraer Inversiones Extranjeras Directas (IED) en nuevos proyectos, preferiblemente que estén vinculados al emprendimiento joven y femenino, haciéndolos así más competitivos ya que podrán atraer tanto capital como experiencia humana;

- vi. Brindar oportunidades a personas que anteriormente han sido consideradas socialmente aisladas y/o excluidas de las oportunidades sociales y empresariales, como parte del abordaje del país en este sensible tema.

4. Protección forestal y turismo sostenible en RoC

La deforestación tiene una gran cantidad de efectos negativos en la sensible industria del turismo, lo que exige que las autoridades nacionales cooperen entre sí para enfrentar de manera efectiva este preocupante problema, ya que su escalada puede tener efectos negativos irreversibles. Los bosques siempre han jugado un papel clave en el desarrollo de la economía de Chipre, con raíces que se remontan a miles de años atrás. En las últimas décadas, la naturaleza de Chipre ha sido una de las principales razones que contribuyeron al turismo y al desarrollo económico general del país. Esto ha llamado a la protección de los bosques como parte de un enfoque que conlleva dos elementos:

- i. La protección del bosque que garantizará la calidad de vida de la gente de RoC, así como los millones de visitantes que obviamente buscarán experiencias increíbles y explorarán la naturaleza del país;
- ii. La participación de los bosques del país en las operaciones turísticas generales. Esto se logra a través de la cooperación con el Departamento de Bosques del país con el Viceministerio de Turismo, así como con varias otras partes interesadas.

Además, la icónica península de Akamas del país está protegida de cualquier desarrollo debido a que se enmarca dentro del proyecto de la UE 'NATURA 2000' que abarca "más del 18 % de la superficie terrestre de la UE y más del 8 % de su territorio marino". A pesar de algunos conflictos en curso por parte de propietarios de terrenos privados, la República de

China se ha mantenido dentro de los límites establecidos por el proyecto en particular, lo que permite que los senderos naturales y varias otras actividades que se encuentran dentro del turismo rural y natural evolucionen, atraigan a más visitantes y aseguren un crecimiento sostenible en ambos. los niveles financiero y ambiental, ya que ambos se consideran interrelacionados. Uno de los proyectos sostenibles en términos de bosques se refiere al famoso "Centro de visitantes del geoparque de Troodos", que cubre un área total de 1.147 km² y brinda la oportunidad a miles de visitantes de contribuir al desarrollo del turismo sostenible, combinado con una mayor conciencia ambiental.

5. Otras Políticas Generales y Actividades de RoC en Protección Ambiental para el Turismo Sostenible

- i. Creación de un Equipo de Gestión de Crisis y Desastres, conformado por un grupo de expertos tanto profesionales como académicos que crean una estrategia de largo plazo y brindan información a las autoridades nacionales;
- ii. Regulaciones estrictas que cubran las operaciones turísticas en relación con la protección del medio ambiente, especialmente en áreas que atraen un gran número de visitantes y desarrollan diversas actividades;
- iii. Establecimiento de unidades de servicios contra incendios en áreas sensibles como la península de Akamas, la montaña de Troodos, las cuevas marinas en Protaras y Pafos, y varias otras áreas similares que caen dentro de la categoría específica;
- iv. La cooperación con las universidades del país para desarrollar investigaciones científicas específicas que contribuyan al conocimiento del profesional de la industria turística, que pueda ser transferido a los huéspedes;

- v. Normativas estrictas de Biodiversidad que deben seguir los profesionales del turismo en un gran número de actividades. Esto incluye actividades en áreas protegidas que necesitan ser aplicadas con la participación de turistas;
- vi. Capacitar a las personas que trabajan en áreas rurales en el sector turístico sobre la necesidad de proteger el medio ambiente, las dimensiones legales y éticas, así como el impacto económico, ya sea positivo o negativo;
- vii. Estricta Gestión del Agua que se ve reforzada por la reciente legislación que regula la transformación de las Corporaciones Locales, con el fin de garantizar esa gestión y distribución integral;
- viii. Educar a los jóvenes, comenzando desde las escuelas, con el fin de crear conciencia ya que estos niños serán los nuevos profesionales en el sector turístico, por lo tanto, es necesario crear una dinámica sostenible de futuro en la nueva generación;
- ix. Aplicación de normas relacionadas con las personas con discapacidad que enfrentan dificultades para acceder a los tesoros ambientales en Chipre. Un número cada vez mayor de empresas y organizaciones se están moviendo en esta dirección.

REVISIÓN DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y LAS POLÍTICAS EXISTENTES EN ESPAÑA

Este trabajo pretende aportar información sobre las políticas existentes en materia de turismo sostenible en España.

El turismo es uno de los sectores económicos de mayor crecimiento en los últimos años y es considerado el principal participante en la creación de empleo, el desarrollo económico, la protección del medio ambiente y la lucha contra la pobreza.

En promedio para los países de la OCDE, el turismo contribuye directamente al 4,4 % del PIB, el 6,9 % del empleo y el 21,5 % de las exportaciones relacionadas con los servicios, contribuyendo así al crecimiento económico y al desarrollo en muchas sociedades.

España es un claro ejemplo. Desde hace más veinte años, se encuentra entre los cinco primeros destinos a nivel mundial según los datos recopilados por la Organización Mundial del Turismo (OMT). El turismo es el sector exportador número uno en España y genera 13 de cada 100 puestos de trabajo en el país.

1. La contribución del sector turístico en España

La aportación del sector turístico al PIB español es del 10,9%, según los últimos datos oficiales de 2014, representando 113.690 millones de euros. Además, el turismo es una fuente de empleo para el 13% de la población en España, lo que supera la tasa media de empleo del sector a nivel mundial.

Las ramas turísticas con mayor volumen de trabajadores ocupados son servicio de comidas y bebidas (50% del total de ocupados en turismo), otras actividades turísticas (23,8%), servicios de alojamiento (14,8%) y transporte de pasajeros (11,4%).

Los puestos de trabajo en el sector del turismo son muy diversos y, en ocasiones, sirven como puerta de entrada al mercado laboral, en particular para los jóvenes, que luego pueden desarrollar su carrera en este campo. Sabemos por ejemplo que en España, el 8,4% de los ocupados en el sector tiene estudios primarios, el 63,1% estudios secundarios y el 28,5% estudios universitarios.

En el sector turístico, las mujeres constituyen tradicionalmente un gran porcentaje de la mano de obra, y en España las mujeres representan el 44,3% del empleo en el sector. En ramas como los servicios de alojamiento este porcentaje alcanza el 55,5% frente al 17,2% del empleo femenino en el área de transporte.

Una tendencia que ha caracterizado el turismo en España durante muchos años ha sido su estacionalidad, ya que ha sido un destino de sol y playa en verano para los turistas del norte de Europa. Esta estacionalidad inevitablemente afecta la tasa de empleo temporal y los ingresos de los trabajadores locales. En los últimos años se han tomado medidas para diversificar la oferta turística con el fin de atraer viajeros en temporada baja, fomentando el turismo cultural, de ciudad y de negocios.

Según los datos de 2015 del Barómetro de la OMT, parece que esta estrategia empieza a dar sus frutos dado el crecimiento del turismo en los meses de octubre (10%) y noviembre (11%).

Por otro lado, las aerolíneas de bajo coste y los cruceros siguen expandiéndose en el mercado español, por lo que parece que el turismo en España, al igual que en el resto de Europa, seguirá creciendo a un ritmo algo más lento pero estable en los próximos años.

2. Turismo Sostenible en España

Además del impacto socioeconómico del turismo, el sector, si se gestiona de forma sostenible, puede ser un factor de conservación ambiental, promoción y valoración y comprensión cultural entre los

pueblos. Por tanto, es fundamental que todos los grupos de interés, incluidas las empresas que operan en el sector, sean conscientes tanto de sus oportunidades como de sus responsabilidades y, por tanto, puedan actuar en consecuencia, para que sus actuaciones garanticen un desarrollo sostenible.

De hecho, el creciente número de personas que viajan a nivel internacional y nacional cada año produce presiones en términos de emisiones de gases, pérdidas económicas, gestión de recursos e impacto en las comunidades locales y el patrimonio cultural. Por lo tanto, la contribución positiva del turismo al desarrollo sostenible y la mitigación de los efectos negativos del sector requieren una acción decisiva por parte de todos los actores.

El turismo debe desempeñar un papel importante, proporcionando soluciones sostenibles para las personas y el planeta. Al afirmar esta tarea de generar prosperidad, mejorar los medios de vida y preservar el medio ambiente, el sector ahora se considera fundamental para el desarrollo sostenible de los países.

Es fundamental promover un sector turístico inclusivo que proporcione condiciones de trabajo dignas para todos, promueva la cultura y los productos locales y proteja los recursos naturales, preservando así los atractivos únicos de cada destino.

El Pacto Mundial de Naciones Unidas España juega un papel clave y apoya al sector turístico en el establecimiento de un modelo de negocio más sostenible y responsable que contribuya a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible que marca la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

Las empresas turísticas españolas están apostando por el turismo responsable implantando los principios del Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT y los del Pacto Mundial y marcando así la diferencia en la sociedad y en el sector.

Los ODS representan una oportunidad para el turismo y presentan casos concretos que se están dando. Esta nueva forma de trabajar, recomendada por las Naciones Unidas, les ha permitido experimentar cómo la combinación de esfuerzos del sector público y privado ofrece un mejor resultado.

Estos esfuerzos provienen de entidades muy diferentes en cuanto a su naturaleza, tamaño y área de actividad: transporte, cadenas hoteleras, agencias de viajes, consultoras, instituciones educativas, empresas de tecnología e innovación turística y parques de atracciones. Este es un claro ejemplo de lo que es el Pacto Mundial: entidades de muy diversa índole, que, en la línea de Naciones Unidas, se comprometen con un pacto por el desarrollo sostenible.

La Red España del Pacto Mundial de Naciones Unidas, en 2015, identificó las prioridades del sector privado español para contribuir de manera efectiva a los ODS. Y el sector turístico aparece en dos áreas importantes. Primero, como fuente de prosperidad: “Promover el turismo sostenible, cambiando el enfoque del sector, con el foco en los ciudadanos responsables”. Y segundo, como actividad importante para el planeta: “Proteger la biodiversidad como elemento clave para asegurar la sostenibilidad de los recursos y sectores económicos prioritarios en España, por ejemplo, a través del turismo responsable”. Estos son insumos para guiar el trabajo actual y futuro.

Siendo la Red Española un ejemplo dentro del Pacto Mundial y teniendo en cuenta la importancia del sector turístico en España, la alianza de la OMT y el Pacto Mundial ha resultado ser muy ventajosa. Es un ejemplo para otros sectores, mostrando que podemos pasar de un “no impacto negativo” a un impacto positivo.

En septiembre de 2015 la Red España del Pacto Mundial de Naciones Unidas y la Organización Mundial del Turismo firmaron un acuerdo de colaboración para involucrar a las empresas del sector turístico español en iniciativas de responsabilidad social corporativa, con los ODS como marco principal.

3. La revisión de la implementación ambiental

En el informe EIR de 2017, los principales retos identificados con respecto a la implementación de la política y legislación ambiental de la UE en España fueron:

- Mejorar la gestión del agua, incluida la finalización del tratamiento de aguas residuales urbanas;
- Mejorar la gestión de residuos y desarrollar el potencial de la economía circular;
- Aumentar los impuestos ambientales, así como reducir los subsidios perjudiciales para el medio ambiente.

El informe EIR de 2019 muestra que han habido ciertos progresos en la gestión del agua. La mayoría de los Planes Hidrológicos de Cuenca (PHC) de segundo ciclo elaborados en virtud de la Directiva Marco del Agua (DMA), fueron adoptados en plazo (con la notable excepción de los siete PHC de Canarias), mejorando muchos aspectos respecto a los primeros PHC. El Gobierno español también inició un proceso en 2017 para adoptar un "Pacto Nacional del Agua" que aún está abierto. Sin embargo, quedan muchos desafíos, incluida la gobernanza del agua y la necesidad de cerrar las brechas en la inversión en agua, especialmente en lo que respecta a las aguas residuales. Tras una sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea de 25 de julio de 2018, España ha recibido por primera vez sanciones pecuniarias por parte de la UE por el incumplimiento de la Directiva de Tratamiento de Aguas Residuales Urbanas (EDAR).

Además de los puntos de excelencia mencionados en el informe EIR 2017, se pueden destacar otras buenas prácticas de implementación ambiental en el caso de España.

Por ejemplo, en el campo de la garantía del cumplimiento ambiental, y reconociendo la necesidad de especialización profesional para abordar eficazmente los delitos ambientales, España ha creado una unidad policial

(SEPRONA - Guardia Civil) para combatir los delitos ambientales y una Fiscalía Ambiental especializada. Los dos ya han tenido éxito en la investigación y enjuiciamiento de delitos ambientales organizados.

4.El Plan Estratégico del Patrimonio Natural y la Biodiversidad

El Plan Estratégico del Patrimonio Natural y la Biodiversidad 2011-2017, profundiza y consolida el concepto de integración sectorial como vía para avanzar en su conservación y uso sostenible.

El tercer objetivo de este Plan Estratégico quiere impulsar la integración de la biodiversidad en las políticas sectoriales y tiene un objetivo específico dedicado a promover la sostenibilidad del turismo de naturaleza.

Para lograr de este objetivo, se establecen una serie de actuaciones, entre las que destaca por su alcance la dedicada a la elaboración de un plan sectorial de turismo y biodiversidad.

El Plan Sectorial se centra en potenciar las sinergias positivas relacionadas con la conservación de la biodiversidad y el turismo de naturaleza, teniendo en cuenta la ventaja competitiva de que la biodiversidad de España es la más relevante de la Unión Europea y que el sector turístico es uno de los más importantes en cuanto a su economía impacto en las cuentas nacionales de España. en cuanto a su impacto económico en las cuentas nacionales de España.

La vinculación del turismo de naturaleza con la biodiversidad en buen estado de conservación exige que su desarrollo y promoción tenga especialmente en cuenta la sostenibilidad ambiental de sus actividades y asegure la compatibilidad entre el uso y disfrute del medio ambiente y su adecuada conservación.

En estas circunstancias, el objetivo de este plan sectorial de turismo de

naturaleza y biodiversidad es poner en valor la biodiversidad de España para promover el turismo de naturaleza como actividad económica generadora de empleo, velando siempre por la correcta conservación de los valores naturales del territorio; es decir, integrar los objetivos de conservación de la biodiversidad en las políticas relacionadas con el turismo y hacer posible la inversión en biodiversidad, creando empleo, crecimiento económico y estabilizando la población rural.

Este plan sectorial se concibe como un marco de colaboración entre todos los implicados, tanto públicos como privados, en el turismo de naturaleza y la conservación de la biodiversidad.

5. Gamificación en las escuelas

La gamificación se refiere al uso de dinámicas propias de los videojuegos en un contexto no lúdico para fomentar la implicación del usuario, hacerle realizar determinadas acciones y motivarle a través de mecánicas de juego como rankings, puntos, recompensas, niveles a superar.

La gamificación también se puede utilizar en las escuelas y se promueve como parte de la educación inteligente. Esto no implica hacer la clase divertida o perder el tiempo con juegos, sino estimular el aprendizaje a través de nuevos métodos de estudio.

La gamificación hace que los alumnos aprendan mejor porque tienen metas, objetivos y logros que alcanzar. La gamificación en el aprendizaje implica elementos basados en juegos, como la puntuación, la competencia entre compañeros, el trabajo en equipo, las tablas de puntuación para impulsar el compromiso, ayudar a los estudiantes a asimilar nueva información y evaluar sus conocimientos. Puede aplicarse a materias escolares, pero también se usa ampliamente en aplicaciones y cursos de autoaprendizaje.

Entre diferentes estrategias, la gamificación ha atraído el interés de los

educadores, quienes han estado explorando su potencial para mejorar el aprendizaje de los estudiantes. Una de las razones para incluir elementos de juego en la educación es que se ha informado que los juegos pueden proporcionar vínculos sociales, promover la búsqueda de conocimientos, desarrollar la creatividad, mejorar la salud mental y reducir el aislamiento. De hecho, es importante que los profesores también consideren las dificultades especiales que enfrentan sus alumnos durante el confinamiento. Por lo tanto, pueden usar la gamificación para mitigar las limitaciones físicas y psicológicas asociadas con una situación de cuarentena.

En España, cada vez más niveles educativos -desde infantil hasta educación superior- están incorporando recursos que combinan tecnología, juegos y currículo escolar. La proliferación de aplicaciones gratuitas tanto para niños como para adultos en iOS, Android o sitios web para todas las materias a todos los niveles se está extendiendo con fuerza.

Un reciente estudio de la Universidad de Granada señala que es en el ámbito universitario donde más se utiliza este recurso. El informe destaca que en la universidad las variables más valoradas de su uso son el compromiso, la motivación y la experiencia de aprendizaje, mientras que en educación primaria los principales objetivos están relacionados con variables como el rendimiento académico, el trabajo colaborativo o la motivación.

REVISIÓN DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y LAS POLÍTICAS EXISTENTES EN GRECIA

Los últimos 20 años en Grecia, en contraste con el turismo de masas, se han desarrollado algunas formas alternativas que se caracterizan por la sensibilidad a la protección de la naturaleza y la cultura de un área. Estos incluyen el ecoturismo, uno de los sectores de más rápido crecimiento de la industria del turismo.

Es una nueva forma de turismo cuyo primer objetivo es la protección del medio ambiente y los recursos naturales, pero también la preservación y promoción de las características culturales de un lugar. Se han hecho esfuerzos similares en Grecia. Ya se han logrado avances significativos, especialmente en el campo de la construcción de infraestructuras, considerando que los alojamientos agroturísticos se estiman en más de 1800.

Examinando los datos de actividad turística de 2019, que fue considerado el mejor año para el turismo con ingresos de 17.700 millones y llegadas de 31,3 millones de turistas (excluidas las llegadas de cruceros), se encuentra que el 56% de las llegadas se concentra en el trimestre julio-septiembre mientras que el 70% de las unidades hoteleras se concentran en 4 áreas de Grecia (<https://sete.gr/el/stratigiki-gia-ton-tourismo/vasika-megethi-tou-ellinikoy-tourismoy>). Esto significa que 4 zonas de Grecia reciben una enorme presión turística en una época concreta del año, hecho con múltiples consecuencias como la presión que recibe el medio natural.

En la Grecia moderna, el marco de instituciones y términos relacionados con el turismo tiene las características del modelo de turismo de masas, sin tener conceptos y términos claramente separados de formas alternativas de turismo. Mientras persista la ambigüedad y los vacíos institucionales, cualquier esfuerzo por desarrollar el ecoturismo será aislado, sin marco y especificaciones, sin trabajo en red, sin apoyo consultivo, sin marco legal y sin planificación a largo plazo, y residirá

siempre en la sensibilización, la información y el conocimiento. de personas involucradas en el ecoturismo. El ecoturismo no se puede medir cuantitativa y estadísticamente. Y esto es porque no hay estadísticas. Los datos recopilados por el Servicio Nacional de Estadística y están relacionados con el turismo no diferencian entre unidades hoteleras y alojamientos más pequeños con especificaciones que pueden atender a los ecoturistas. Pero aunque hubiera una separación clara, no habría números que pudieran separar a los visitantes típicos de los "fin de semana" de aquellos -los pocos- que tienen un carácter y comportamiento ecoturístico.

Sería más apropiado, ya que no podemos medir el ecoturismo, pero ni siquiera el turismo alternativo todavía en Grecia, ver las direcciones, planes y acciones indicativas más generales que se han hecho para el ecoturismo.

El ecoturismo en Grecia se encuentra actualmente en una etapa de transición. Su significado está en peligro debido a los malentendidos sobre su contenido, la comercialización del término y la falta de un marco institucional adecuado. El peligro invisible, sin embargo, es la falta de organización.

En los siguientes párrafos intentaremos una breve presentación de las formas que tiene el ecoturismo en Grecia, su relación con formas afines de turismo como el agroturismo o el turismo de naturaleza, sus primeros pasos, la situación actual y los retos que está llamado a afrontar.

Grecia es un país dotado de naturaleza y conocido por su rica historia. Ofrece mucha luz, mar cálido y amable, pero también monumentos únicos. No ha dejado de atraer a millones de turistas desde hace muchas décadas.

En el lado positivo de este desarrollo, la "venta" del producto "Sol y Mar" por parte de la industria turística, ha traído enormes beneficios económicos al país, y ha logrado retener poblaciones en la provincia. Todos estos "millones" de turistas tendrán que dormir en algún lugar,

comer, tirar su basura. Grandes unidades hoteleras, innumerables villas en las zonas costeras, tabernas, carreteras, playas privadas, cantinas y vertederos comenzaron a alterar irreversiblemente el entorno natural. Esta es la principal capital turística del país. Es la llamada paradoja del turismo: destruye lo que vende como producto.

El ecoturismo, como se mencionó anteriormente, ha comenzado a desarrollarse en Grecia en los últimos veinte años. El inicio de esta dirección fue un programa de la Organización Helénica de Turismo que comenzó en los años 80 y se refería a la restauración de edificios históricos para ser utilizados como albergues. Por supuesto, entonces no había razón para el ecoturismo, pero era un primer paso.

Luego hubo algunos subsidios europeos que estaban principalmente relacionados con la diversificación, es decir, el fortalecimiento de las actividades de turismo agrícola para complementar los ingresos agrícolas. El agroturismo también es un aspecto del ecoturismo si protege el medio ambiente. Fue así como en el año 2001 se creó Agrotouristiki SA, (<https://agrotourism.wordpress.com>) una empresa del Ministerio de Fomento Turístico, así llamado en esa época, que brindaba asistencia y asesoría a los empresarios que querían hacer "agroturismo", incluirlos en una red de promoción y otorgarles un "sello de calidad agroturística". La empresa trabajó en estrecha colaboración con empresas de desarrollo locales y ayudó a establecer más de 700 empresas. Lamentablemente, en 2009 la empresa cerró, dejando nuevamente el caso del agroturismo, y en consecuencia del ecoturismo, sin ninguna organización a nivel nacional.

Las Regiones y las autoridades locales han tomado ahora las riendas, presentando y publicitando las "empresas ecoturísticas" de su territorio, en un esfuerzo por diversificar su producto turístico. Otra característica de la situación actual es la organización y gestión de las áreas protegidas.

Demasiadas áreas en Grecia han sido colocadas bajo el estatus de "protección legal". Los parques nacionales, los humedales Ramsar, las áreas Natura 2000, las zonas de especial belleza natural, etc., son el capital natural más importante para apoyar las actividades ecoturísticas. Sin

embargo, aparte de unos pocos ejemplos, la mayoría de las áreas no tienen órganos de gestión locales y están subfinanciados con una gestión ineficiente.

Según la opinión de los autores de esta investigación, el ecoturismo en Grecia atraviesa actualmente una crisis inicial. No hay un objetivo específico. Los fondos europeos ahora están comenzando a disminuir, la organización a nivel nacional o incluso regional es inexistente, existe una ambigüedad general sobre las buenas prácticas comerciales de ecoturismo. Además, el Estado griego y los empresarios turísticos en general parecen querer mantener exclusivamente el modelo “Sol y Mar” como base de la política turística del país. Además, se desarrollan actividades que llevan fuera del cliché.

En esta coyuntura, debido a la crisis económica y sanitaria, el futuro del turismo en Grecia exige unos pasos básicos que se proponen para una mejor organización y desarrollo cualitativo del producto ecoturístico:

- 1) Establecimiento y operación de servicios especiales para la supervisión y promoción a nivel nacional e internacional de nuestro producto ecoturístico, capacitación y apoyo de profesionales en la materia
- 2) Establecimiento de un sello de calidad ecoturística para empresas turísticas que respeten estrictamente criterios específicos
- 3) Énfasis en el desarrollo de redes locales de ecoturismo por parte de empresarios, autoridades locales y organismos de gestión de áreas protegidas, para utilizar las ventajas de ecoturismo de cada área.
- 4) Fortalecimiento de los Órganos de Gestión de las áreas protegidas, y creación de nuevos donde no existen
- 5) Reestructurar el producto turístico nacional de acuerdo con

una evaluación auténtica y honesta de las ventajas comparativas de Grecia

- 6) Creación de un marco legislativo apropiado para la distinción y protección de las empresas, productos y servicios ecoturísticos.

En conclusión, debemos resaltar que la crisis económica que atravesamos es también un desafío para organizar el ecoturismo de manera que vaya más allá de los márgenes y sea una palanca de desarrollo turístico, ofreciendo servicios y bienes, invirtiendo no solo en el empaque sino también en el contenido, no sólo en apariencia sino también en gusto, no sólo en mito sino también en sustancia, es decir, en experiencia real.

1. Adopción de un sistema de hospitalidad sostenible en Grecia

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas - UNWT (<https://www.unwto.org/>), en el campo del turismo, se deben desarrollar e implementar políticas apropiadas, con el fin de tener una huella futura de sus actividades en la economía, desarrollos sociales y ambientales. Sin embargo, al mismo tiempo, se deben tomar las medidas apropiadas para satisfacer las demandas y necesidades de los visitantes y las comunidades locales y también para proteger el medio ambiente.

Este enfoque es la base para lograr el desarrollo sostenible en el turismo, como una opción estratégica global, que sirve a los "17 objetivos para lograr el desarrollo sostenible", establecidos por las Naciones Unidas.

Del total de 17 objetivos, el Turismo se incluye directamente como prioridad, en los Objetivos 8, 12 y 14 sobre crecimiento económico inclusivo y sostenible, consumo y producción sostenibles (CPS) y explotación sostenible de los océanos y los recursos marinos. Por lo tanto,

Grecia, como miembro fundador de las Naciones Unidas y con una fuerte industria turística, debe integrar estos principios en sus objetivos estratégicos.

Los principios de la sostenibilidad se aplican al desarrollo ambiental, económico y sociocultural, donde el equilibrio adecuado entre estos tres niveles debe encontrarse caso por caso para lograr la deseada sostenibilidad a largo plazo. Entonces, en principio, para lograr un turismo sostenible, tanto en Grecia como a nivel internacional, debemos:

- Procurar todos los esfuerzos para hacer el mejor uso de los recursos ambientales, que son elementos clave para el desarrollo turístico, protegiendo el equilibrio ecológico y contribuyendo a la conservación del patrimonio natural y la biodiversidad (principio DNSH).
- Proteger la autenticidad y singularidad sociocultural de las comunidades de acogida. Al mismo tiempo, debemos brindar el cuidado adecuado para la preservación del patrimonio cultural y los valores tradicionales, al tiempo que contribuimos al fortalecimiento de la comprensión y la tolerancia interculturales.
- Asegurar la viabilidad económica a largo plazo de las comunidades locales, asegurando beneficios socioeconómicos para todos los miembros. Debe prestarse especial atención a la distribución equitativa de estos beneficios, incluidas las oportunidades de empleo e ingresos estables. La provisión de servicios sociales adecuados a los miembros de estas comunidades locales contribuye aún más a la lucha contra la pobreza.
- Asegurar la información y formación continua de todos los implicados. El establecimiento del modelo de turismo sostenible es un proceso continuo, que requiere un estrecho seguimiento de la evolución y una cuidadosa evaluación del

impacto, introduciendo siempre que sea necesario, en el momento oportuno, las medidas preventivas o correctoras oportunas.

- Lograr un alto nivel de satisfacción de los visitantes, sensibilizándolos en temas de sustentabilidad y promoviendo prácticas turísticas adecuadas;
- Proteger la Biodiversidad (BIODIVERSIDAD);
- Prevenir el cambio climático y el calentamiento global (CAMBIO CLIMÁTICO);
- Reducir el uso de plásticos (INICIATIVA DE PLÁSTICOS DE TURISMO GLOBAL);
- Adoptar soluciones para reducir el consumo de energía en Unidades Hoteleras (HOTEL ENERGY SOLUTIONS - HES);
- Adoptar la iniciativa “One Planet” (ONE PLANET) para el desarrollo sostenible del turismo al 2030.

El turismo sostenible es un pilar de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas. Sin embargo, lograr los objetivos de esta agenda requiere un marco claro para la implementación, financiamiento e inversión adecuados en una variedad de áreas de aplicación, como tecnología, infraestructura y, sobre todo, recursos humanos. (<https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda>). Por lo tanto, a nivel mundial, el turismo puede contribuir significativamente a lograr más de 17 objetivos para el desarrollo sostenible, como se analiza a continuación en el caso de Grecia.

2. Objetivo 8: Trabajo y Desarrollo Satisfactorio

El turismo como uno de los motores del desarrollo económico mundial, proporciona actualmente el 9% de los puestos de trabajo en todo el mundo, mientras que en Grecia este porcentaje es del 25%. En concreto, para 2019, el turismo ofreció empleo a aproximadamente 900.000 personas de un total de 3,9 millones de empleados.

Al brindar acceso a oportunidades de trabajo decente, la sociedad en su conjunto, pero especialmente los jóvenes y las mujeres, pueden beneficiarse de las habilidades y el desarrollo profesional adquiridos a través del sector turístico. En este espíritu, la ONU se ha fijado como objetivo "para 2030, desarrollar e implementar políticas apropiadas para promover el turismo sostenible, que cree empleos y promueva la cultura local y los productos locales".

3. Objetivo 12: Consumo y producción responsables

El sector del turismo, al adoptar Prácticas de Producción y Consumo Sostenibles (CPS), desempeña un papel importante en la aceleración del cambio global hacia políticas sostenibles. Sin embargo, para lograr esto, es imperativo desarrollar e implementar herramientas apropiadas para monitorear el impacto del desarrollo sostenible del sector turístico, que a su vez crea nuevos puestos de trabajo al mismo tiempo que promueve la cultura local y los productos domésticos.

4. Objetivo 14: Vida marina

El turismo costero y marítimo, es decir, las formas de turismo más importantes para Grecia, requieren la existencia y el mantenimiento de ecosistemas marinos saludables. El turismo es parte integral de la Gestión Integrada de Zonas Costeras, para contribuir tanto a la conservación, como a la gestión adecuada de ecosistemas marinos normalmente frágiles. El

sector del turismo puede promover la economía azul, en línea con los Principios de las Naciones Unidas para 2030, que apuntan al "uso sostenible de los recursos marinos, incluida la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo".

5.Reglas y leyes existentes para la inclusión de empleados en Grecia

Según el artículo 2 de la Ley 2643/1998, las empresas o holdings, griegas o extranjeras, que operen en Grecia de cualquier forma, así como sus filiales, si emplean a más de cincuenta (50) personas, están obligadas a contratar personas "protegidas". de la Ley 2643/1998, a razón del ocho por ciento (8%) sobre el total de la plantilla de la empresa.

La sociedad o holding está obligada a contratar a las personas que reúnan las condiciones para su inclusión en esta ley.

Quedan excluidas de esta obligación las sociedades o participaciones que presenten en sus balances un resultado (pérdida) negativo en los dos años inmediatamente anteriores al año de su anuncio.

Se prevé una obligación similar para los organismos del sector público, con el porcentaje de "personas protegidas" al diez por ciento (10%).

Según lo dispuesto en el artículo 5, la colocación de las personas "protegidas" la realiza el Comité de conformidad con el artículo 9 de la Ley 2643/1998 y es obligatoria para el empleador.

Esta colocación se realiza en función de la cualificación de la "persona protegida" y de la composición del personal empleado en la empresa o en el organismo del sector público.

Los reclutas son plenamente asimilados, en función de sus calificaciones, con el resto del personal, en cuanto a condiciones de trabajo, remuneración, promociones y condiciones generales de trabajo,

sin perjuicio de las disposiciones especiales del artículo 11 de la Ley 2643/1998 para la extinción de su cargo. relación laboral.

La negativa del empleador a contratar al empleado colocado - en particular cuando rechaza la oferta real y adecuada de los servicios del empleado - implica su atraso, con la obligación de pagar la remuneración del empleado por el tiempo que no está empleado. Las decisiones de la Comisión podrán ser apeladas ante la Comisión Secundaria para la colocación, retiro o enajenación de personas protegidas. Empleados obligados, las personas protegidas y cualquier tercero que tenga un interés legal, tienen derecho a apelar (Artículo 9).

6. Comportamiento proambiental en la industria del turismo en Grecia

En Grecia, la adopción de prácticas verdes en sus operaciones por parte de los empresarios del sector turístico, así como la promoción de los productos locales, si bien resultaron de alto costo y constituyen una consideración suspensiva, al mismo tiempo son un objetivo para la mayoría de ellos. Sin embargo, todas las empresas y sus ejecutivos están convencidos de que la protección del medio ambiente determinará la viabilidad y longevidad de esta área de negocios. La mayoría de los empresarios señalaron la necesidad de proteger el medio ambiente y también consideraron que el turismo no es perjudicial para el destino si hay conciencia tanto de las empresas como de los visitantes. Todo el mundo está de acuerdo en que la protección del medio ambiente es una preocupación para todas las partes interesadas, ya sean empresas o turistas, así como el estado. Por lo tanto, promover la sostenibilidad ambiental en la industria hotelera puede requerir más alianzas, iniciativas y el intercambio de mejores prácticas entre los sectores público y privado entre las empresas hoteleras. El énfasis del gobierno en la Evaluación de Impacto Ambiental para el desarrollo hotelero propuesto y la nueva Estrategia de Desarrollo Hotelero que recomienda que los hoteleros se adhieran estrictamente a las Pautas de Prevención de la Contaminación

pueden haber contribuido a una mayor preocupación de los hoteleros por el medio ambiente. La presente investigación ha mostrado altos niveles de acuerdo con afirmaciones como "El gobierno y los hoteleros deben fomentar un enfoque más integrador para la gestión de la calidad ambiental" y "El gobierno y los hoteleros deben fortalecer aún más los esfuerzos para la conservación del medio ambiente".

Creían en la necesidad de una política ambiental turística ya que el medio ambiente afecta decisivamente a la viabilidad de los destinos y negocios turísticos. No negaron que la búsqueda de ganancias a corto plazo a veces daña la protección del medio ambiente. Sin embargo, la protección del medio ambiente es un requisito previo para la supervivencia a largo plazo de las empresas, lo que ayuda a aumentar la satisfacción de los turistas y, por lo tanto, garantiza el bienestar de las empresas.

7. Gamificación en las escuelas

En Grecia existe un gran interés de los docentes por la gamificación porque si se usa correctamente, tendrá resultados positivos para los estudiantes. Especialmente los profesores más jóvenes están más dispuestos a cambiar y adaptar los procedimientos que siguen en la enseñanza y añadir técnicas de juego para obtener mejores resultados. Además, están más familiarizados con la tecnología y sus desarrollos y les resulta más natural utilizarla en el aula.

Uno de los mayores problemas que parecen enfrentar los docentes con respecto al uso de técnicas de juego es que no existe un marco adecuado por parte del Ministerio de Educación. El Ministerio de Educación no se ocupa de este tema en absoluto y solo hay algunas referencias a tales técnicas en las instrucciones dadas a los maestros. En consecuencia, no existen los recursos y medios adecuados para poder utilizar el Juego en la educación.

El profesor puede organizar parte del curso, pero también está obligado a seguir las instrucciones establecidas por el ministerio. Puede usar algunas técnicas, pero no puede hacer movimientos que lo lleven en contra de las instrucciones del ministerio. Además, muchos de los medios no son gratuitos y, por supuesto, no es responsabilidad de cada maestro cobrar las suscripciones necesarias para su uso.

Este cuidado pertenece a los gastos de educación. Lo que podemos deducir con seguridad es que el nivel educativo de los profesores griegos es bastante alto y la mayoría tiene conocimientos sobre gamificación. La mayoría ha usado y todavía usa técnicas de juego y cree que pueden tener efectos positivos en los estudiantes. Las limitaciones en su uso provienen más de la falta de infraestructura adecuada.

Fuentes

- TOURISMOS: AN INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY JOURNAL OF TOURISM, Volume 14, Number 1, pp. 212-235
- OECD Territorial Reviews Regional Policy for Greece Post-2020, October 2020
- Understanding Domestic Tourism and Seizing its Opportunities, United Nations, World Tourism Organization, September 2020
- The Future of Work and Skills Development in Tourism United Nations World, Tourism Organization, 2019
- UNWTO World Tourism Barometer, Volume 18 Issue 5, August/September 2020
- UNWTO World Tourism Barometer, Volume 18 Issue 5, October 2020

- Greece2020 Annual Research: Key Highlights, World Travel Tourism Council, March 2020
- Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses, European Parliament, October2018
- Evaluating socio-economic programmes. Principal evaluation techniques and tools, MEANS-collection, Vol. 3., European Communities, Luxembourg, European Commission, 1999
- Environmental management of a tourist destination - A factor of tourism competitiveness, Tanja Mihalic, Tourism Management 21 (2000) 65 – 78
- Current Trends and Prospects of Tourism Educationand Training in Greece, Polyxeni
- Moira, Dimitrios Mylonopoulos, StavroulaKefala, RivistaPiccola Impresa/Small Business - n. 1, anno 2019
- International tourism and climatechange, Daniel Scott, Stefan Gossling and C. Michael Hall, WIREs Clim Change 2012
- Management Models of Tourism Industry: The Case of Greece, Georgia Papadopoulou, Open Science Journal – April 2020

REVISIÓN DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y LAS POLÍTICAS EXISTENTES EN RUMANIA

Este documento tiene como objetivo proporcionar pautas sobre cómo hacer una revisión de la investigación científica y las políticas existentes. Con base en el análisis de la revisión de artículos, las directrices sintetizaron la investigación teórica de cómo apareció y se desarrolló el concepto de turismo sostenible y sus significados en Rumania, en el sistema de hospitalidad, las reglas y la ley existente para la inclusión de

empleados con discapacidades, el comportamiento proambiental en la industria turística, el ecoturismo y cómo deben hacer las Escuelas de Turismo y las Escuelas Secundarias para preparar estudiantes bien calificados para este mercado laboral.

Los hallazgos se basan en diferentes formas de investigación que se concentran en estudios realizados principalmente dentro de la industria hotelera (entrevistas, estudios de casos, reuniones cara a cara con empleados y empleadores de Turismo).

1. El contexto actual del turismo rumano

“A diferencia de otros países de Europa del Este, Rumania tiene recursos turísticos naturales ricos y diversos, lo que nos brinda una mayor disponibilidad para el turismo. Este valioso potencial turístico se refleja en las espectaculares formas y paisajes escénicos, combinados armoniosamente, y muchas tradiciones que aún se conservan inalteradas. Sin embargo, el potencial del turismo natural y antrópico de gran valor y variedad, concentrado en un área relativamente pequeña, no ha logrado hasta ahora convertir a la industria del turismo en una fuente importante de crecimiento económico y desarrollo general. En términos de interés turístico internacional, Rumania es reconocida como rica en recursos naturales, pero con malos servicios e infraestructura, lo que nos coloca en segundo lugar en comparación con nuestros vecinos húngaros, aunque no tienen nuestros recursos, nos superan en número de turistas extranjeros anualmente”.

El turismo sostenible se convirtió en un tema importante ya que el número de turistas aumentó y sus acciones comenzaron a impactar los lugares que visitan. Una gran cantidad de viajeros en un lugar afecta la vida de quienes viven allí y de todo el entorno. Si bien el turismo es una forma importante de elevar la economía de un área, una mala gestión puede crear desequilibrios.

2. Turismo sostenible: significado

El turismo sostenible establece un equilibrio entre los aspectos ambientales, económicos y socioculturales del desarrollo turístico. Respeto y apoya a las comunidades locales, cuida el medio ambiente y la naturaleza, ofreciendo al viajero una experiencia más que una simple visita. Es la única manera de asegurarnos de que disfrutamos de los hermosos lugares de este mundo y también de dejar que nuestros hijos los disfruten.

El turismo sostenible en Rumanía no fue un foco hasta hace poco, pero cada año se vuelve más conocido en todo el mundo y algunos lugares comenzaron a estar muy ocupados (el castillo de Bran, la carretera Transfagarasan, por ejemplo).

3. Principales direcciones para apoyar el turismo sostenible en Rumania

1. Centrarse en las experiencias: el primer paso en el turismo sostenible es comprender el lugar que visita.
2. Cuando visitas una atracción, no es solo lo que ves. Historias sobre ese atractivo, detalles sobre las personas que vivieron allí y datos interesantes y secretos sobre él hacen de una simple visita una verdadera experiencia.
3. Nuestros viajeros disfrutan no solo de las principales atracciones de Rumania, sino que también experimentan la vida local, la comida tradicional, para comprender mejor Rumania. Unas vacaciones con experiencias son unas vacaciones llenas de recuerdos
4. Trabajar con proveedores locales (alojamiento, transporte y

restaurantes, interacción con los lugareños, degustación de comida casera, pan, vino)

5. Un cambio importante que hizo Rumanía en 2018.
6. Seguridad de los viajeros, según el clima, eventos locales.
7. Respetar las tradiciones locales y el medio ambiente
8. La gente está cada vez más interesada en lo que significa local, auténtico, a pesar del hecho de la globalización, el riesgo de perder el elemento auténtico, de destruir la especificidad de los lugares. El mayor desafío es conciliar la curiosidad de los viajeros con la necesidad de espacio de los lugareños.
9. Preparar personal profesional en el campo del turismo (orientación al cliente, habilidades para resolver problemas, de acuerdo con los estándares internacionales de calidad, nuevos métodos de enseñanza y aprendizaje en escuelas y escuelas secundarias de Turismo)
10. Integrar a las personas con discapacidad, tanto turistas como empleados en esta industria

Como resultado del cuestionario aplicado al personal de turismo, barman, gerente de hotel, mesero, gerente de restaurante, cocinero, se encontró lo siguiente:

- Ecoturismo, desarrollo sostenible, alimentación verde y reciclaje:
- En Rumanía existen leyes que prevén el respeto de estos aspectos y los empleadores pueden ser sancionados si no los respetan;
- Información, instrucciones, supervisión y capacitación correctas y claras para todos los empleados;

- Se informa al personal, pero sólo teóricamente, información simple en reuniones de trabajo con la firma de actas de asistencia;
- No hay cursos prácticos, no hay acciones concretas orientadas a lo que se necesita hacer para obtener resultados observables y medibles;
- En general, solo los gerentes o el personal senior se benefician de estos cursos, la comunicación entre los empleados y la gerencia no es transparente o no existe en absoluto;
- Hay un equipo de emergencia listo para actuar en sus casos de emergencia planificados (por ejemplo, incendio, inundación, terremoto, contaminación ambiental);
- Llevan a cabo medidas sanitarias preventivas con el fin de garantizar la máxima seguridad y protección;
- Mejoran y actualizan nuestros métodos de operación para eliminar posibles accidentes y lesiones.

4. Empleo de personas con discapacidad

El artículo 74 de la Ley n. 448/2006 establece que las personas con discapacidad tienen derecho a que se les proporcionen las condiciones necesarias para ejercer su profesión u ocupación, para mantener un trabajo y la igualdad de oportunidades para avanzar profesionalmente. El empleo se basa en la formación profesional de cada persona, y la prueba de discapacidad la establecen las comisiones de evaluación a nivel de cada condado o a nivel de uno de los sectores de Bucarest.

5. Marco legislativo

El trabajo de las personas con discapacidad está regulado por la Ley núm. 76/2002 y la Ley n. 448/2006, actualizado en 2019. Según estas leyes, tienes derecho al trabajo, dependiendo de tu formación profesional y del grado de discapacidad, y el empleador debe respetarte como el resto de los empleados. Asimismo, la actualización 448/2006 también menciona que las facilidades y derechos benefician a los jóvenes y adultos con discapacidad, ciudadanos rumanos, miembros de la UE o no miembros de la UE durante el período en que tengan, según la legislación vigente, domicilio o residencia en Rumania. Para el empleo, la capacidad profesional se verifica mediante una prueba de trabajo remunerado, que dura al menos 45 días hábiles, según el art. 84 de la Ley 448/2006 actualizado en 2019.

6. Instituciones requeridas para emplear a personas con discapacidad

En general, las autoridades e instituciones públicas, las personas jurídicas, públicas o privadas con al menos 50 empleados están obligadas por ley a emplear un número de personas con discapacidad igual al 4% como mínimo del número total de empleados.

Obligaciones del empleador- Las empresas o instituciones que no contraten a personas con discapacidad pueden optar por alguna de las siguientes alternativas:

- El pago mensual al presupuesto estatal de una cantidad equivalente al 50% del salario mínimo bruto a nivel país multiplicado por el número de puestos de trabajo no ocupados por personas con discapacidad;
- La compra de productos o servicios que realicen las unidades protegidas autorizadas por un monto equivalente al que corresponde al presupuesto del Estado.

Pero en realidad, menos personas conocen realmente sus derechos y

la forma de aplicarlos. La ley existe, pero todavía se evitan las personas con discapacidad, para no crear complicaciones.

7. Gamificación en Escuelas de Turismo

El aprendizaje a través del juego de roles, el aprendizaje orientado al cliente y la resolución de problemas para los trabajadores del turismo también es un aspecto al que apunta nuestro proyecto.

Luego de entrevistas con maestros, capacitadores, gerentes de hoteles sobre el personal de la industria del turismo y futuros empleados, estudiantes actuales, afirmaron lo siguiente:

- Los graduados de las escuelas de turismo necesitan desarrollar habilidades de comunicación y resolver problemas concretos que enfrentan a diario;
- Están bien preparados a un nivel más teórico, pero les resulta muy difícil tomar una decisión o actuar de acuerdo con las solicitudes del cliente; existe la necesidad de una formación acorde a los problemas de la vida cotidiana, la orientación al cliente y la resolución de problemas como base para la formación del futuro trabajador turístico;
- El 80 % de los alumnos de la Escuela Secundaria de Turismo Calimanesti realizan sus prácticas en los hoteles y casas de huéspedes del balneario, durante el verano los mayores de 16 años son empleados por 6 horas;
- El aprendizaje a través de juegos, juegos de rol, simulación, resolución de problemas es imprescindible en las escuelas de turismo; además, la comunicación en lenguas extranjeras de circulación internacional.

Estas son las principales razones de una nueva guía adaptada en Turismo y Escuelas de Turismo. Es un sector económico competitivo y en constante desarrollo, los docentes y formadores necesitan mantenerse al día con las

últimas técnicas para capacitar a los futuros empleados, utilizar plataformas de aprendizaje en línea, anticiparse a los requisitos y ofrecer soluciones sostenibles.

REVISIÓN DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y LAS POLÍTICAS EXISTENTES EN TURQUÍA

1. Introducción

El turismo es uno de los principales sectores del mundo y su sostenibilidad depende principalmente del desarrollo y protección de los recursos turísticos. Hoy en día, el sector del turismo se ha vuelto más consciente del medio ambiente como resultado de la creciente conciencia ambiental y los esfuerzos para la protección del medio ambiente. Además, los problemas ambientales han sensibilizado a los turistas. Para el desarrollo y la sostenibilidad del turismo, las partes interesadas deben considerar este cambio. Debido a los efectos destructivos del turismo de masas, han surgido nuevos tipos de turismo. Estos nuevos tipos de turismo se denominan como turismo alternativo, incluido el ecoturismo, el turismo de naturaleza. El ecoturismo es un término relativamente nuevo. Después de la determinación de los “criterios para una tierra y un medio ambiente sostenibles” de la Cumbre de la Tierra de Río que se celebró en 1992, estos criterios se aplicaron a la industria del turismo. Si bien beneficiarse de los recursos sin destruir la cultura local es el punto principal de este entendimiento. El término ecoturismo ha cobrado importancia y se aceptó una definición común durante la “Cumbre Mundial de Ecoturismo” que se celebró en la ciudad de Quebec, Canadá, en mayo de 2002, con la asistencia de 1.100 delegados de 133 países. El ecoturismo es; “Un enfoque o actitud que asegura la sustentabilidad de las fuentes naturales de la tierra mientras apoya el desarrollo financiero de las comunidades locales y supervisa su integridad cultural y social”. Los principios que fueron aceptados por los países son los siguientes: Development of ecotourism policies and planning;

- Desarrollo de principios para el ecoturismo;
- Desarrollo, mercadeo y promoción de productos ecoturísticos;

- Los pros y contras (tanto financieros como emocionales) del ecoturismo.

El ecoturismo y el turismo sostenible en Turquía se incluyeron por primera vez en la agenda con el 8º Plan Quinquenal de Desarrollo (2001-2005). Los activos naturales de Turquía son las principales atracciones turísticas del país. Por lo tanto, se puede decir que la naturaleza y el entorno natural son los principales atractivos que afectan los planes de viaje de las personas y estos también son los activos insustituibles de la industria del turismo (Usta, 2001). Turquía tiene un potencial rico y diverso para el turismo con sus recursos naturales y culturales. Turquía puede acoger diferentes tipos de turistas gracias a su diversidad histórica y cultural, diferentes características climáticas y la posibilidad de realizar varios tipos de turismo (Arslan, 2003; Aslan, 2005; Demir y Çevirgen 2006; Akşit 2007).

El objetivo principal de este estudio es examinar los estudios científicos sobre ecoturismo en Turquía por año y región. Además, la conciencia científica en Turquía intentó presentar.

2. Estudios Científicos sobre Ecoturismo por Región

Turquía tiene un rico patrimonio cultural, flora y fauna, formaciones geológicas, ríos y lagos. Por esta razón, se realizó una gran cantidad de estudios en regiones geográficas de Turquía. La Figura 1 muestra la distribución de los estudios científicos realizados sobre ecoturismo entre 1991 y 2017 por región.

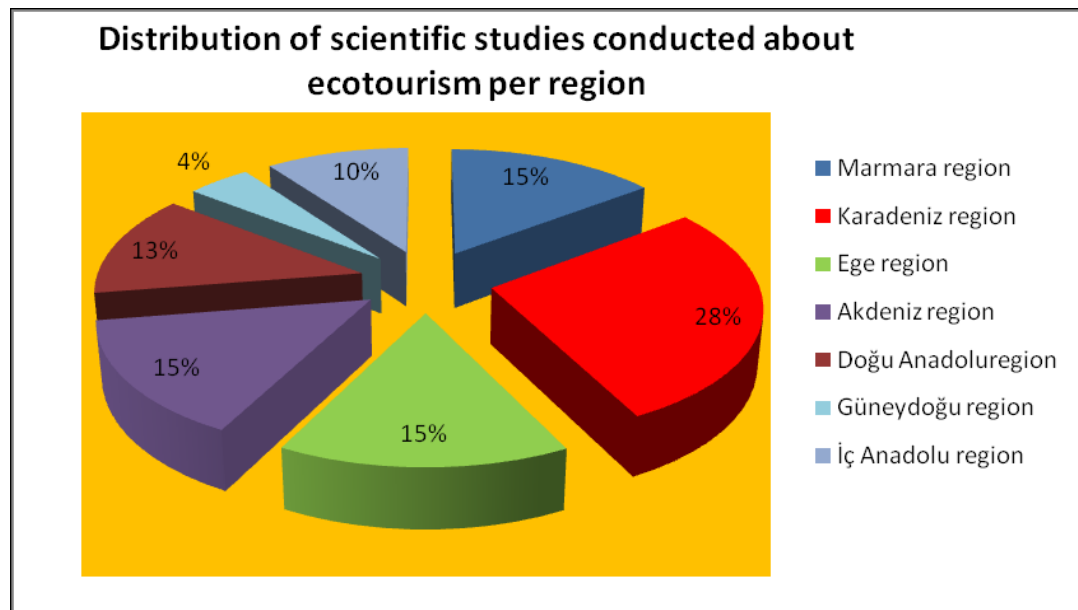


Figura 1. Distribución of Scientific Studies Conducted on Ecotourism per Region (%).

Como se ve en la Figura 1; La Región del Mar Negro (28%) es líder en términos de estudios científicos publicados. El rico potencial ecoturístico de la región, como valles, cuevas, cañones, ríos, recursos históricos, aves y biodiversidad, aumenta el número de estudios. La Región del Mediterráneo (80 artículos científicos), la Región del Mármara (79 artículos científicos) y la Región del Egeo (81 artículos científicos) tienen tasas similares (15%). La Región de Anatolia Sudoriental (4 %) tiene la tasa más baja después de la Región de Anatolia Oriental (13 %) y la Región de Anatolia Central (10 %).

3. Estudios de ecoturismo realizados en Turquía por ciudad

Cuando se evaluaron los estudios realizados en ciudades entre 1991 y 2017, se observó que se han logrado avances significativos en Balıkesir (Región del Egeo) y en Bartın (Región del Mar Negro) (Ver Figura 2).

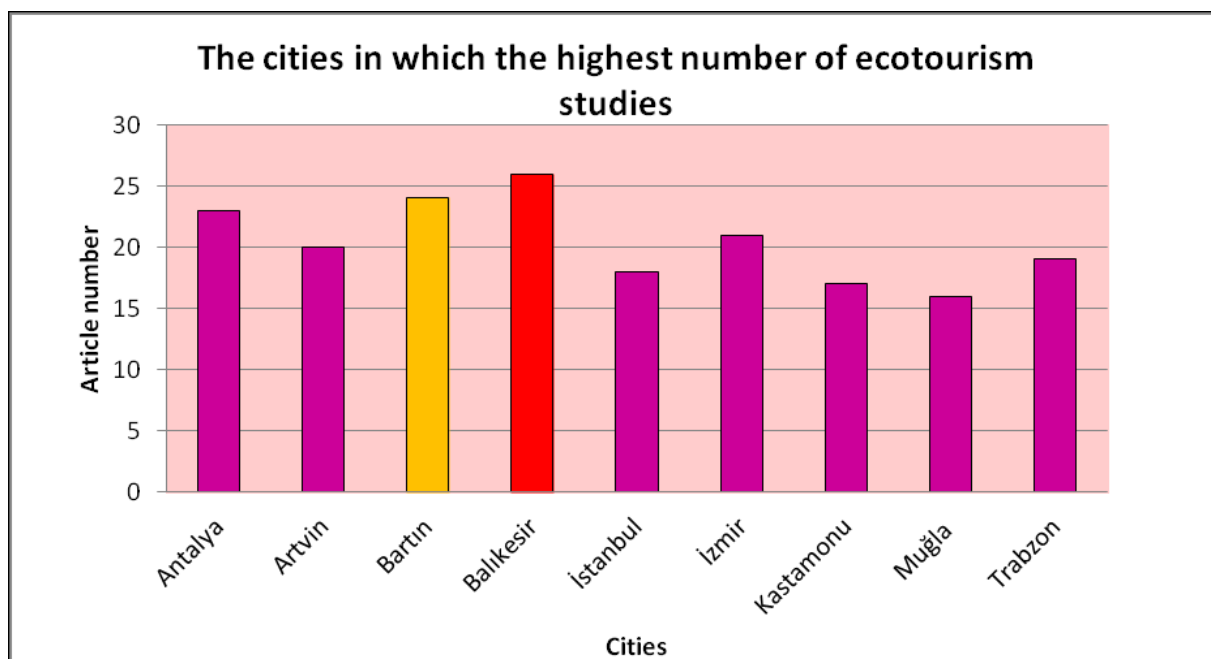


Figura 2. Distribución de Estudios de Ecoturismo por ciudades

La Figura 2 muestra las ciudades con mayor número de estudios científicos. Balıkesir lidera con 26 artículos científicos, mientras que Kastamonu le sigue con 17 artículos. Por lo tanto, se puede decir que la conciencia científica es alta en estas dos ciudades. La Figura 3 muestra algunos estudios de ecoturismo de mediana escala por ciudades. Aydın con 13 estudios científicos, Rize con 12 estudios científicos, Konya con 9 estudios científicos y Elazığ con 7 estudios científicos se encuentran entre estas ciudades.

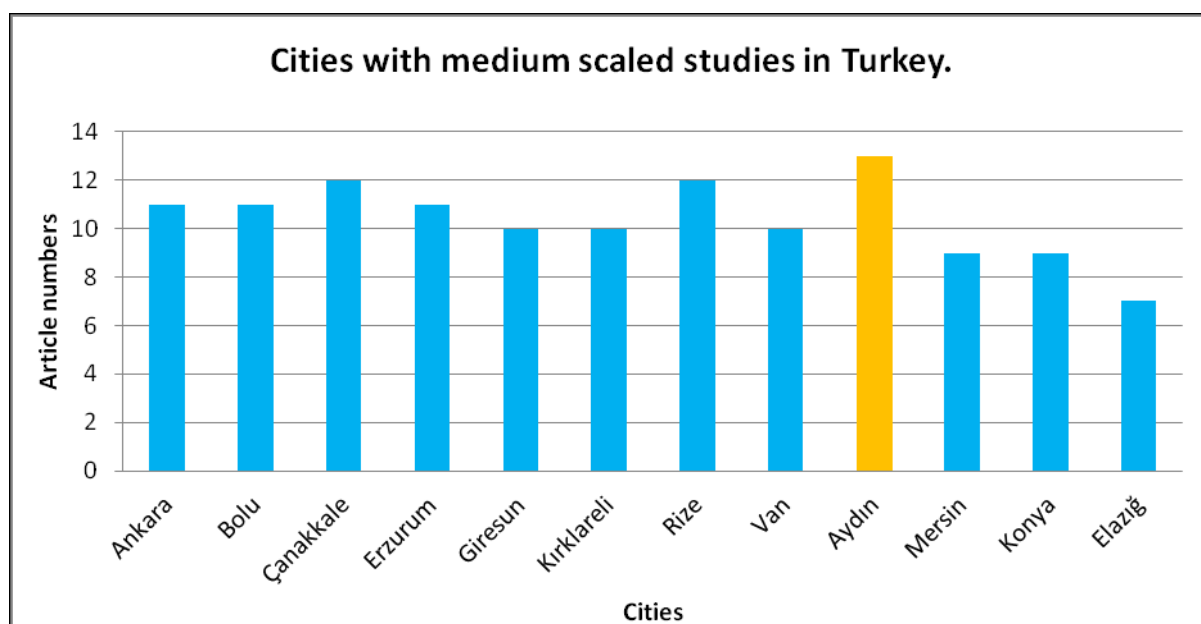
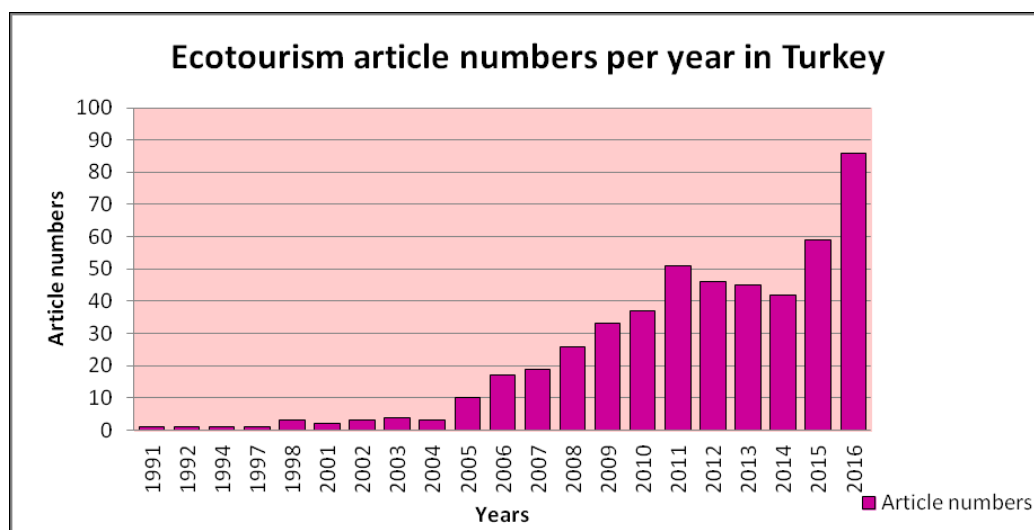


Figura 3. Estudios de ecoturismo a escala media por ciudades en Turquía.

4. Estudios por Año

El ecoturismo ha ganado importancia desde la década de 1990. La conciencia sobre el ecoturismo ha aumentado gradualmente en Turquía. La conciencia del ecoturismo ha comenzado a aumentar en el octavo plan de desarrollo quinquenal. Excepto los años 2012, 2013 y 2014, el número de estudios ha aumentado. Especialmente en 2015 (59 artículos científicos) y en 2016 (86 artículos científicos) el número de artículos mostró un gran aumento.

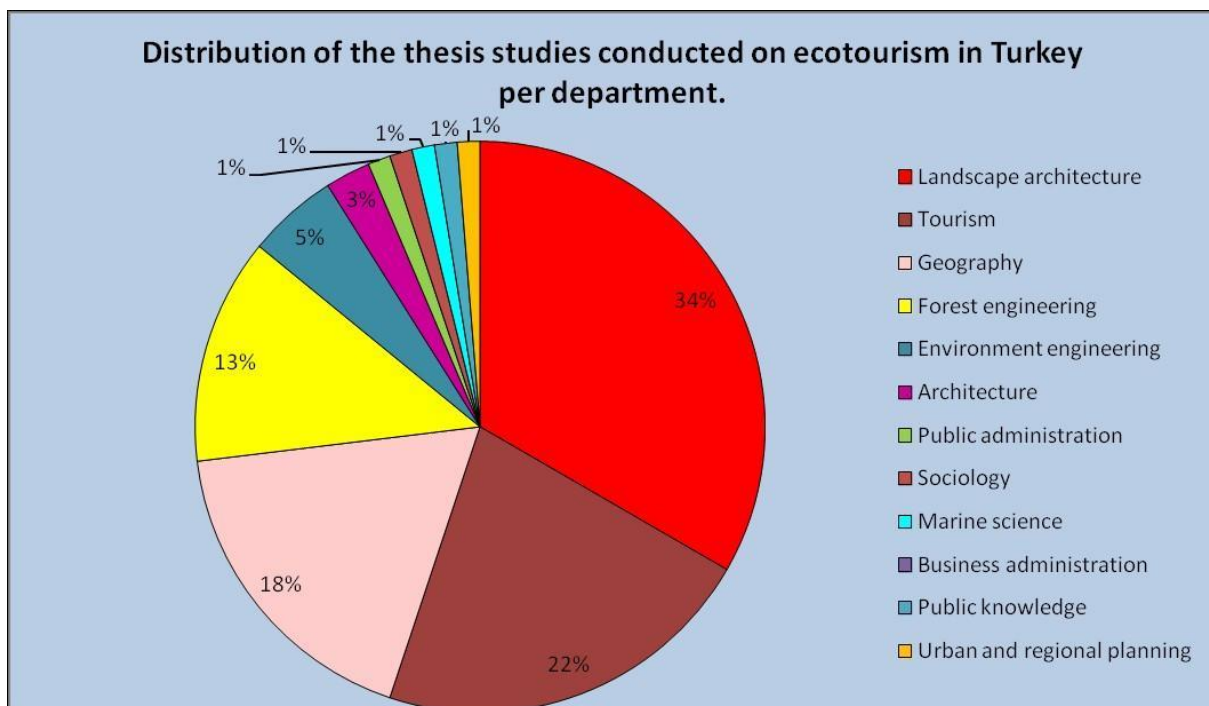


5. Tesis Registradas por el Consejo de Educación Superior (YÖK)

Se analizaron los datos obtenidos de la página web del Consejo de Educación Superior y se determinaron las tesis por departamentos, por año y por tipo de tesis.

6. Distribución de las Tesis por Departamentos Registrados por el Consejo de Educación Superior (YÖK)

Cuando se examinan los estudios de ecoturismo, se observa que la mayoría de las tesis se realizan en el Departamento de Arquitectura del Paisaje (33 %), seguido del Departamento de Gestión Turística (22 %) y el Departamento de Geografía (18 %). Los departamentos con menor índice (1%) son Administración Pública, Sociología, Ciencias del Mar, Administración de Empresas, Urbanismo y Ordenación del Territorio (Ver Figura 5).



7. Conclusiones

El ecoturismo es un fenómeno en desarrollo en Turquía. A medida que las personas se interesan más en visitar nuevos lugares y desean tener nuevas experiencias, los viajes a áreas naturales y el número de ecoturistas han ido en aumento. Este estudio muestra que la conciencia científica hacia la sostenibilidad, el desarrollo sostenible y el ecoturismo ha cobrado más importancia que el número de estudios de ecoturismo calificados en Turquía ha aumentado en los últimos años. Las áreas con alto potencial ecoturístico fueron designadas como áreas ecoturísticas en la Estrategia de Turismo de Turquía 2023 por el Ministerio de Cultura y Turismo y se iniciaron algunos esfuerzos para preservar estas áreas y lograr la sostenibilidad del turismo. Hay esfuerzos para preservar las bellezas naturales, desarrollar la conciencia cultural, proteger los recursos de una posible destrucción y dar más importancia a la capacidad de carga en las áreas frágiles. Los turistas inconscientes y las actividades ecoturísticas no planificadas dañarán la biodiversidad y estropearán los recursos naturales y culturales. Además, las actividades de ecoturismo no controladas tienen efectos negativos sobre la naturaleza, la vida natural, la población local y la economía local/nacional. Estos efectos negativos se pueden enumerar de la siguiente manera (Erdogan y Yağcı, 2011);

- Degradación ambiental;
- Posibles efectos sociales y culturales negativos;
- Nuevas oportunidades de trabajo para la población local que tienen un efecto muy bajo en su bienestar financiero;
- Los trabajos estacionales afectan los estilos de vida tradicionales y los métodos de producción de la población local. Destrucción o marginación de la economía local con intensas actividades de ecoturismo y transformación en una

economía estacional a medida que la población local se concentra en ser trabajadores, hacer artesanías, vender productos locales, etc.

Cuando se analizan los estudios científicos sobre ecoturismo por año, se observa que la mayor cantidad de estudios se realizaron en el año 2016. Por lo tanto, se puede concluir que la beca de incentivo académico otorgada por el Consejo de Educación Superior en el período 2015-2016, realizó una contribución significativa a los estudios científicos. Los estudios de ecoturismo se centraron principalmente en el uso sostenible de los recursos, el uso excesivo de los recursos, la disminución de la cantidad de desechos, la preservación de la biodiversidad, el apoyo a las economías locales y las comunidades locales, la educación ambiental, la colaboración entre las partes interesadas del turismo y el aumento de la conciencia pública.

Fuentes

- Akşit S. (2007). Doğal Ortam Duyarlılığı Açısından Sürdürülebilir Turizm. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Say 23, Yıl: 2007/2, 441-460.
- Arslan, Y. (2003). Erdek ve Çevresinin Ekoturizm Açısından Değerlendirilmesi, Sosyal Bilimler Dergisi, 33.
- Arslan Y. (2005). Erdek Ve Çevresinin Ekoturizm Açısından Değerlendirilmesi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(13): 29-53.
- Demir C., Çevirgen, (2006a). Turizm ve Çevre Yönetimi Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı. ISBN: 975-591-845-0, 188 S, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Demir, C., Çevirgen, A. (2006b). Ekoturizm yönetimi., Nobel yayın dağıtım: Ankara.

- Erdoğan, N., Yağcı, Ö., (2011). Sürdürülebilirlik Bağlamında Ekoturizmin Sosyal, Ekonomik Ve Çevresel Etkiler Bakımından Değerlendirilmesi.
- Usta, Ö. (2001). Genel Turizm, İzmir: Anadolu Matbaacılık.



1. Cómo fomentar el turismo ecológico

Communauté de communes du Sud-Corse

1. INTRODUCCIÓN

Fomentar las prácticas ecoturísticas en el sector de la hostelería y la restauración no es fácil. En efecto, el sector hotelero es un sector que, por su propia naturaleza, tiende a producir contaminación, tanto acústica como visual y ambiental.

Entonces, ¿qué soluciones tenemos disponibles para limitar el impacto de la industria hotelera y de restaurantes en el medio ambiente?

Afortunadamente, cada vez hay más soluciones y muchas empresas del sector ya están recurriendo a soluciones eco-responsables para limitar el impacto negativo que tienen en su territorio.

Desafortunadamente, la industria hotelera y de restaurantes en su conjunto es un sistema robusto que ha estado operando de la misma manera durante muchos años. Lejos del Grand Tour, donde los jóvenes adinerados visitaban Europa, el sector hotelero se ha ido abriendo poco a poco al turismo de masas, que nació en la posguerra, en particular con la llegada de las vacaciones pagadas.

Aunque el turismo de masas tiene una imagen muy negativa en el imaginario común (Venecia, Barcelona, etc.), ha sido el sustento de muchos hoteleros durante décadas. Estos hoteleros han tenido que adaptar sus estructuras a la "industria" del turismo.



Turismo de masas en la Piazza San Marco, Venezia

El afán de obtener beneficios a toda costa, de rentabilizar al máximo las estructuras hoteleras, ha llevado a los profesionales del turismo a ignorar el medio ambiente y a descuidar la vertiente eco-responsable, demasiado costosa e incompatible con una gestión “masiva”.

2. ¿QUÉ ES EL ECOTURISMO?

Si bien todos están de acuerdo en que el turismo de masas es un sistema obsoleto que ha tenido su época, no está tan claro qué es el ecoturismo. La definición propuesta por Ceballos-Lascurain (1987) es quizás la más adecuada “la forma de turismo que consiste en visitar espacios naturales relativamente vírgenes o no perturbados, con el objeto de estudiar y admirar el paisaje y las plantas y animales silvestres que contiene, así como las manifestaciones culturales (pasadas y presentes)

que se puedan observar en estas áreas.

Como se mencionó anteriormente, el turismo es por naturaleza un negocio contaminante y no ecológico. Sin embargo, la situación tiende a evolucionar, como lo atestiguan las estrategias empleadas por los gobiernos. Indeed, "Since the publication of the Bruntland Report in 1987 and the organisation of the Earth Summits in RIO, Johannesburg, the concept of "sustainable development" has mobilised many countries, from the richest to the poorest.

Sin embargo, al igual que el término ecoturismo, el término desarrollo sostenible es bastante oscuro y sigue siendo vago.



*1992, Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro, Brasil
© Derechos reservados, Mount Holyoke College*

"Muchos investigadores están apasionados por este nuevo paradigma y están tratando de encontrar soluciones que combinen la protección de los ecosistemas con el desarrollo socioeconómico. Aunque la noción de desarrollo sostenible es ampliamente aceptada, su implementación

difiere de un país a otro e incluso provoca una fuerte oposición de científicos, empresas e incluso público en general.

De hecho, uno de los principales problemas inherentes a las estrategias globales es que es difícil (si no imposible) armonizar la implementación de estas estrategias y adaptarlas a todos los países de la ONU.

A pesar de la dificultad de establecer una estrategia común para todos los países. En 2006, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y la Organización Mundial del Medio Ambiente establecieron un Programa de Desarrollo del Turismo Sostenible, declarando que cualquier programa futuro debe guiarse por él y tener en cuenta los siguientes doce objetivos para el turismo sostenible:

1. Viabilidad económica

Asegurar la viabilidad y competitividad de los destinos y negocios turísticos para que puedan seguir prosperando y generando beneficios a largo plazo.

2. Prosperidad local

Maximizar la contribución del turismo a la prosperidad económica del destino anfitrión y, en particular, la proporción del gasto turístico realizado que beneficia a la comunidad local.

3. Calidad del empleo

Mejorar el número y la calidad de los empleos locales creados y respaldados por el turismo, incluidos los niveles salariales, las condiciones de trabajo y la igualdad de oportunidades de empleo, sin discriminación por motivos de género, raza, discapacidad u otros.

4. Equidad social

Buscar una distribución amplia y justa de los beneficios económicos y sociales del turismo en toda la comunidad beneficiaria, incluyendo

mejores oportunidades de empleo, ingresos y servicios para los más pobres.

5. Satisfacción del visitante

Proporcionar actividades seguras, gratificantes y valiosas para todos los visitantes, sin discriminación por motivos de género, raza, discapacidad u otros motivos.

6. Control local

Involucrar y empoderar a las comunidades locales en la planificación y toma de decisiones sobre la gestión y el desarrollo futuro del turismo en su área, en consulta con otras partes interesadas.

7. Bienestar comunitario

Mantener y mejorar la calidad de vida de las comunidades locales, incluidas las estructuras sociales y el acceso a los recursos, los servicios comunitarios y los sistemas de soporte vital, evitando cualquier forma de degradación o explotación social.

8. Riqueza cultural

Respetar y fortalecer el patrimonio histórico, la cultura auténtica, las tradiciones y particularidades de las comunidades de acogida.

9. Integridad física

Mantener y mejorar la calidad del paisaje, tanto urbano como rural, y evitar cualquier degradación física y visual del medio ambiente.

10. Diversidad biológica

Apoyar la conservación de áreas naturales, hábitats, vida silvestre y plantas, y minimizar el daño a los mismos.

11. Eficiencia de los recursos

Minimizar el uso de recursos escasos y no renovables en el desarrollo y operación de infraestructura y servicios turísticos.

12. Pureza ambiental

Minimizar la contaminación del aire, el agua y el suelo y la generación de desechos por parte de las empresas turísticas y los visitantes" (Fuente: informe del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente - PNUMA).

Este programa sirve como guía para todos los países que deseen emprender un proceso de transición ecológica para el turismo. Cada estrategia debe tener en cuenta estas 12 propuestas.

3. ECOTURISMO PUESTO EN PRÁCTICA

Ahora que hemos visto las definiciones de ecoturismo y desarrollo sostenible en el turismo, necesitamos definir cómo se pone en práctica el ecoturismo. ¿Cómo se convierte un establecimiento en 'ecoturismo'? ¿Cuál es la evidencia del ecoturismo? ¿Existen etiquetas que certifiquen las buenas prácticas?

3.1. La etiqueta ecológica europea: ser testigo de las buenas prácticas europeas

La etiqueta ecológica europea es una etiqueta estricta, cuyo objetivo es recompensar a las empresas que adoptan prácticas responsables con el medio ambiente. La etiqueta tiene una categoría especializada para el turismo, certificada por AFNOR en Francia.

Según su sitio web, los establecimientos que soliciten la etiqueta serán evaluados en los siguientes puntos:

- **Dirección general:** gestión ambiental, formación del personal, información al cliente, mantenimiento de electrodomésticos y aparatos de calefacción, seguimiento de consumos
- **Reducción del consumo energético:** suministro de electricidad renovable, calefacción, iluminación
- **Reducción del consumo de agua:** instalaciones sanitarias, limpieza de ropa blanca
- Reducción y clasificación de residuos y aguas residuales
- **Otros criterios:** promoción del transporte ecológico, información sobre la Etiqueta Ecológica Europea, etc.

La Etiqueta Ecológica Europea es reconocida en toda Europa y es una excelente base para las empresas que desean validar oficialmente su estrategia de ecoturismo.

La concesión de la Etiqueta Ecológica se realiza en 7 pasos (8 si contamos la fase de comprensión de la etiqueta). El proceso de solicitud es el siguiente:

- Pre-solicitud: Comprensión de la etiqueta ecológica de la UE
- Paso 1: Comuníquese con su organismo competente
- Paso 2: Registre su producto o servicio en el catálogo en línea de la etiqueta ecológica de la UE (ECAT) o en el catálogo de alojamiento turístico de la etiqueta ecológica de la UE
- Paso 3: Cree su expediente de solicitud con la descripción y las pruebas de sus productos y servicios
- Paso 4: envíe su solicitud y pague las tarifas
- Paso 5: Evaluación

- Paso 6: Aprobación de la solicitud y concesión de la licencia
- Paso 7: Comunicar sobre sus productos y servicios con la etiqueta ecológica de la UE



4. EJEMPLOS DE BONNES PRATIQUES

La etiqueta ecológica europea representa una buena base para validar un enfoque de ecoturismo. Pero para obtener esta etiqueta, el establecimiento candidato debe haber adoptado un enfoque eco-responsable.

Este capítulo pretende proporcionar a los profesionales del sector hotelero ejemplos de buenas prácticas, que les permitan iniciar la transición ecológica del establecimiento.

1. Gestión de residuos

La gestión de residuos en el sector de la hostelería es un área que se puede mejorar fácilmente con los medios gubernamentales actuales de gestión y separación de residuos. Cualquier empresa que quiera iniciar un proceso de transición ecológica debe tener en cuenta la gestión de sus

residuos.

Esta gestión de residuos se realiza en dos fases:

- **El uso de productos que generan menos residuos o generan "mejores" residuos.** En este nivel, las propuestas realizadas por la World Wildlife Foundation (WWF) parecen muy relevantes.
- Preferir productos con el menor embalaje posible: cuando vayas de compras, prefiere los envases grandes o los productos a granel, por ejemplo.
- **Favorecer los envases reciclables o reutilizables:** a partir de ahora, los comerciantes ya no podrán ofrecer bolsas o bolsas de plástico gratis a sus clientes (excepto para productos alimenticios a granel). Cuidado con las llamadas bolsas biodegradables o fragmentables: su impacto químico en el suelo es tal que es mejor utilizar una bolsa reutilizable también para ellas.
- **No compre agua embotellada:** las botellas de plástico representan una proporción considerable de los residuos domésticos. El agua del grifo es de excelente calidad y existen varios dispositivos para filtrarla;
- **Elija productos reutilizables que duren:** invierta en equipos de calidad que duren mucho tiempo. Evita los desechables - toallitas, platos de plástico o cartón- y compra recargas o productos concentrados en lugar de volver a comprar el producto completo (recargas de cartuchos de tinta, productos de limpieza, etc.).



Herramientas de madera reutilizables

- La adecuada gestión de los residuos producidos.

Si es imposible evitar la producción de residuos, es importante saber cómo manejarlos adecuadamente. La separación de residuos es un sistema probado y probado que ahora se está volviendo efectivo en toda Europa.

Es cierto que a veces es difícil saber ordenar. Los gestos de clasificación están mediados por dispositivos que los servicios técnicos no han previsto, ya que forman parte del ámbito privado. Practicar la clasificación requiere una inversión en materiales, tiempo y espacio, todos los cuales se dedican a los residuos según métodos recientes. Estamos, por tanto, pasando de un sistema de recogida que tiende a la desaparición de los residuos (Deleuil, 2002) a sistemas que requieren que los residuos florezcan en la cocina a través de la clasificación. Este profundo cambio de uso y aceptación se logra a través de una normalización de comportamientos que el comunicado oficial intentaba construir y que está resultando eficaz, al menos entre los clasificadores. El trabajo con los no clasificadores permitiría observar si se encuentran en una situación de disidencia, es decir, de reconocimiento de la norma (David-Jougneau, 1989), o de indiferencia, en cuyo caso la normalización sólo afectaría a quienes la practican y ayudan a definir grupos sociales identificables por sus prácticas de rechazo.



1. *Consumo de agua*

El consumo de agua es un problema importante que afecta al sector de la hostelería.

De hecho, en un hotel de 3*, de media casi el 40% del consumo de agua se da en las habitaciones y el 30% en las cocinas y anexos. Por lo tanto, parece prudente controlar el consumo real. Sin embargo, se pueden tomar ciertas medidas para optimizar el consumo de agua e identificar las causas del deslizamiento.

Se pueden definir cuatro áreas de mejora. Esto es para reducir los costos relacionados con el consumo de agua y ser parte de una política de desarrollo sostenible que puede ser un argumento para los clientes:

- **Búsqueda de fugas de agua**

Las fugas de agua no son necesariamente visibles, pero sí sus consecuencias en la factura del agua. Sin embargo, hay algunas cosas que puede hacer para prevenirlos.

- Identifique los principales puntos posibles de fuga: tuberías (válvulas, accesorios, etc.), puntos de toma (grifos, duchas, cisternas, etc.) y, si su establecimiento dispone de uno, la piscina.
- ¡Si es posible, elabore un mapa de los circuitos de agua y un plano del establecimiento!
- Controle sus consumos según el número de personas en tu establecimiento (pernoctaciones o coberturas).
- Lea periódicamente el o los contadores de agua y anota los datos en un cuaderno o utiliza un ordenador para controlar tu consumo.
- Instale submedidores (o submedidores) para identificar mejor posibles fugas y monitorear el consumo por sector.
- Mantenga su equipo: descalcifique periódicamente, cambie el equipo más antiguo y/o suscriba un contrato de mantenimiento con un proveedor de servicios especializado

en este campo.

- **Equipa tu establecimiento**

Para su correcto funcionamiento, los equipos de su establecimiento deben recibir una presión de agua de entre 2,8 y 3,2 bares.

Cada área del establecimiento puede dotarse con los equipos adecuados para reducir el consumo de agua:

- Habitaciones: instalación de grifería monomando o, para grifería convencional, instalación de aireadores y limitadores de caudal para lavabos y duchas. Para inodoros, instalación de tanques con un volumen estándar de 3 a 6 litros, así como un desbloqueo de dos botones.
- Instalaciones sanitarias comunes: instalación de grifería con pulsadores o detectores de presencia.
- Cocinas: para fregaderos, instalación de teleducha con mando manual y para otros puntos de agua, instalación de grifería de caudal variable.
- Para vasos y lavavajillas, consulte la etiqueta de "energía" (preferir A++ o A+++) y la etiqueta de "consumo de agua" para elegir la más adecuada para su establecimiento (pequeños restaurantes, gran número de tapas, etc.).
- Si su establecimiento cuenta con espacios verdes, piense en captadores de agua de lluvia, riego por goteo y/o mulching.

- **Movilizar a su personal**

Ahorrar agua también implica movilizar al personal en sus actividades diarias. Esto también implica mantenimiento y prevención.

- Planifique reuniones regulares para recordarles sus recomendaciones ambientales y anti-residuos. Proporcionar listas de verificación y una guía de procedimientos.
- Forme algunas personas (personal de sala, técnicos de mantenimiento, jardineros, cocineros, etc.) para comprobar la red y los equipos.
- Establezca controles regulares por parte de este personal capacitado e informe.
- Sensibilice a sus clientes
- Al final, un establecimiento no puede implementar estas soluciones de ahorro de agua sin la participación activa de sus clientes.

Por lo tanto, debe informar a los clientes de su enfoque tan pronto como ingresen a su establecimiento: promocionando una etiqueta eco-responsable obtenida o mostrando información precisa y específica.

- Recomendaciones para no desperdiciar agua en el baño, cómo guardar toallas y sábanas un día más para evitar limpiezas inoportunas.
- Transmitir un mensaje positivo a través de este display, argumentar y explicar el interés de su acción.
- Apoye esta política medioambiental mostrando una carta, proporcionando un cuestionario de satisfacción y/o destacando las acciones ya realizadas en el área donde se encuentra su establecimiento.

Se pueden lograr ahorros significativos si la gerencia, el personal y los clientes actúan juntos.

- **Optimizar el uso de la ropa**

La gestión de la lavandería es una de las áreas de mayor impacto ambiental en un hotel. De hecho, la lavandería representa hasta el 30% de los impactos ambientales de un hotel: cambio climático, consumo de agua y energía, residuos, detergentes. La lavandería puede representar el elemento de costo ambiental más grande para un hotel.

Hay varias formas de reducir el impacto ambiental del lino: reducir el consumo de lino reorganizando los procedimientos de gestión y concienciando al cliente, trabajar en el tipo de tejido utilizado (peso, tamaño, tejido, etc.), analizar el impacto del lino interno o externo gestión (equipos utilizados, transporte, etc.). ¡Menos ropa, más ahorro para el medio ambiente!



Toallas en un hotel, fuente Unsplash

- **Renovación de sábanas en habitaciones**

Es habitual en un establecimiento hotelero reponer la ropa de baño todos los días y la ropa de cama periódicamente en caso de reposición.

Aquí es precisamente donde los hoteleros pueden trabajar asumiendo que la ropa de cama se puede reutilizar por regla general, si no está sucia o demasiado húmeda, de la misma manera que todos en casa usan sus toallas varias veces.

Algunos hoteles ahora permiten a los huéspedes cambiar sus toallas solo bajo petición. Se les pide a los huéspedes que dejen sus toallas sucias en el piso o en la ducha/bañera cuando quieran cambiarlas. El "código" se está dando a conocer a los huéspedes del hotel y cada establecimiento deja el mensaje en un cartel en el baño.

Cada establecimiento, grupo o asociación ha desarrollado su propia pantalla, pero el contenido del mensaje es generalmente el mismo.

Sin embargo, se deben respetar varios puntos de comunicación para garantizar que el proyecto sea bien recibido por la clientela:

- Un contenido del mensaje claro y cortés
- colocar el cartel/letrero cerca de las toallas limpias en el baño

Como todas las iniciativas de sensibilización, es importante no solo sensibilizar al cliente, sino también poner a disposición otros elementos que faciliten la atención al cliente en este tipo de iniciativas:

Instale perchas y/o toalleros suficientemente grandes. Si los clientes sienten que no tienen suficiente espacio para secar su toalla, no participarán en el programa.

Utilice un cesto de ropa (preferiblemente de madera o mimbre) para evitar que la ropa quede tirada en el suelo: visualmente es más agradable esconder las toallas usadas en un cesto, y las toallas estarán menos sucias y pesadas porque ya no absorberán el agua se derramó en el suelo.

5. REEMPLAZAR LA ROPA CON ROPA MENOS DAÑINA PARA EL MEDIO AMBIENTE

El peso medio de la ropa de hotel oscila entre 300 y 750 g/m² para toallas y entre 120 y 400 g/m² para ropa de cama. Un alto gramaje no es necesariamente garantía de alta calidad, pero generalmente se asocia con ella. Puede valer la pena reducir el peso.

Por ejemplo, para toallas de baño de 70 x 140: un peso de 350 g/m² (es decir, 392 g) sustituido por un peso de 400 g/m² (es decir, 343 g). Con 20.000 toallas alquiladas al año, se limpiarán 6.860 kg (con 350 g/m²) de ropa, frente a 7.840 kg (con 400 g/m²). Esto significa que el número de ciclos de lavadora y secadora durante el año se reducirá en un 12,5 %, lo que significa que se ahorrará la misma cantidad de energía y agua solo en toallas.

La misma lógica se aplica a las dimensiones de la ropa para reducir el peso de la ropa a lavar en la máquina.

Por ejemplo, una toalla de 30 x 70 se puede sustituir por una toalla de 30 x 50 sin ningún inconveniente para los clientes.

5.1. Cortocircuito de alimentos

El enfoque de circuito corto alimentario se basa en productos locales y se refleja en el aumento constante de compras locales y circuitos cortos, para reducir intermediarios. Sus expectativas son claras: alimentos más seguros y sostenibles, incluida la reducción de pesticidas, calidad alimentaria, respeto por el medio ambiente, etc. Los resultados del último censo agrario realizado por el Ministerio de Agricultura, Alimentación, Pesca y Ordenación del Territorio revelan que los cortocircuitos forman parte del vocabulario de los consumidores. La tendencia "hecho en su propio patio trasero" va en aumento.

Después de los productos orgánicos, las compras locales son cada vez más populares. "Lo local incluso está reemplazando a lo orgánico. En

2013, los distribuidores se hicieron cargo de la tendencia básica del mercado hacia los productos locales al hablar con más fuerza sobre los orígenes de los productos (trazabilidad, enfoque de la cadena de suministro, etc.) y el abastecimiento local.

Después de los productos orgánicos, las compras locales son cada vez más populares. Lo local incluso está reemplazando a lo orgánico. En 2013, los distribuidores se hicieron cargo de la tendencia básica del mercado hacia los productos locales al hablar con más fuerza sobre los orígenes de los productos (trazabilidad, enfoque de la cadena de suministro, etc.) y el abastecimiento local.

Otro canal de moda es la venta directa. Un productor de cada cinco en Francia vende a través de un cortocircuito. Los productores de hortalizas y miel son los más involucrados en este tipo de distribución, lo que limita a uno el número de intermediarios entre el productor y el consumidor. Los productos animales, que son más difíciles de procesar y conservar, rara vez se comercializan en cortocircuito. Los productos lácteos son vendidos por ganaderos lecheros en un 34% y por ganaderos ovinos o caprinos en un 44%.

Sin embargo, aunque parece fácil comprar pequeñas cantidades directamente al productor, los grandes volúmenes diarios necesarios para la restauración colectiva o comercial requieren anticipación y organización. Para apoyarlos en su enfoque, los profesionales se benefician de diversas herramientas prácticas y del apoyo de los distribuidores.

Para embarcarse en el enfoque del cortocircuito, es fundamental conocer las ventajas y los obstáculos que puede conllevar. La primera condición, que es un requisito previo esencial para la implementación de la oferta local, es fomentar el desarrollo de un mercado local. El objetivo es fomentar una restauración de calidad que respete a las personas, su salud y el medio ambiente, porque es un proyecto que “piensa globalmente y actúa localmente”. Para llevar a cabo con éxito esta experiencia, es imperativo asegurar la calidad de los productos y

desarrollar la oferta local a través del establecimiento de alianzas.

Siendo así, la compra de materias primas favorece la producción local y es un factor determinante en la reducción de costos de materiales, en beneficio de productos básicos de mejor calidad.

Otro parámetro a tener en cuenta antes de volverse local es la ecología. Los transportes masivos como vehículos pesados y cargueros reducen considerablemente las emisiones por kilo transportado.

Por supuesto, volverse local tiene sus ventajas. Sin embargo, este enfoque requiere pragmatismo para evaluar la situación antes de comprometerse.



Tienda de comida orgánica local, fuente: Unsplash

5.2. Piscinas naturales

Las piscinas tradicionales son contaminantes y utilizan muchos productos nocivos para el medio ambiente. A estas piscinas tradicionales, existe una alternativa más sostenible: las piscinas naturales. Las piscinas naturales se basan en el desarrollo de un ecosistema real que mantendrá la calidad del agua en equilibrio, gracias a la técnica del lagunaje. Estas piscinas se componen de tres zonas diferenciadas:

- Una zona central de baño, o piscina, que represente un tercio de la superficie total,
- Una zona de regeneración periférica, menos profunda, donde las plantas acuáticas son responsables de la filtración, y también pueden estar presentes plantas decorativas,
- Una zona de oxigenación y desinfección con plantas oxigenadoras o cascada, que permite exponer el agua a la luz UV natural.

El agua circula lentamente entre las tres zonas gracias a una pequeña bomba y luego por gravedad.

La piscina natural requiere la excavación de una piscina natural pero también la construcción de muros entre las zonas de baño y de filtración. Es necesario realizar:

- La excavación de la piscina natural y la zona de depuración,
- La delimitación de las zonas de baño y filtración,
- La creación de una pequeña cascada decorativa, fundamental para oxigenar el agua,
- La creación de una zona pavimentada, una cornisa o un pontón que permita el acceso a la piscina

La piscina natural es un proceso totalmente ecológico. Para mantener la cuenca, las plantas de la piscina natural son entonces activos para preservar la calidad del agua durante los hermosos días e incluso después. Las plantas para tu piscina natural te servirán de filtración natural. De hecho, las piscinas tradicionales se llenan con agua muerta que se mantiene limpia gracias a los numerosos productos químicos que se deben agregar. La piscina natural, por su parte, tiene su agua “renovada” gracias a las plantas que la componen.

¿Cuáles son las plantas más adecuadas para piscinas naturales?

- Plantas depurativas: son plantas que cumplen la función de filtración natural. Su acción les permite absorber los metales presentes en el agua, responsables de la proliferación de algas: fragmitas, elodea, juncias, etc.
- Plantas oxigenadoras: como su nombre indica, aportan oxígeno al agua y favorecen así el desarrollo de bacterias: algas, milenrama de agua, ranúnculo de agua, etc.
- Plantas flotantes y decorativas: también ayudan a luchar contra la proliferación de algas porque ocultan el sol a las algas, frenando así su desarrollo: ninfeas, etc.

Las plantas se pueden colocar directamente en el suelo o en macetas. Esta segunda opción, más sencilla de instalar, permitirá mover las plantas con facilidad y también limitará la proliferación de ciertas plantas invasoras. Por lo tanto, es recomendable trasplantar las plantas en macetas grandes para no limitar su crecimiento. La capa de tierra debe cubrirse con una capa de grava de al menos dos centímetros, para evitar que se turbe el agua con tierra y que los peces se entierren.

Sin embargo, es necesario tratar las algas que puedan depositarse: Lo primero que debe hacer es probar el agua de baño. Si el agua tiene un alto nivel de caliza, es importante tomar medidas porque este mineral puede ser causante del crecimiento de algas. Otra de las causas de las algas en

tu piscina natural es que no se ha conseguido el equilibrio natural de tu piscina natural. Los primeros años serán pues estratégicos y la elección de las plantas para su piscina natural una apuesta por la belleza de su piscina y también para frenar la aparición de las algas. Sin embargo, también tendrás que cuidar, en el mantenimiento de tu piscina natural, la contaminación del aire y los fertilizantes contenidos en el agua de escorrentía.

- A menudo es posible transformar una piscina clásica en una piscina natural, pero entonces es necesario un espacio adicional para la lagunaje del agua.
- Es una verdadera alternativa biológica y sostenible a la piscina tradicional.
- La piscina biológica no requiere sustancias químicas, especialmente cloro, lo que permite la coexistencia de organismos útiles como ranas, libélulas y pequeños peces que pueden vivir en el volumen de agua, consumiendo algas verdes y posibles larvas de mosquitos.
- Las piscinas convencionales están gravadas, pero las "piscinas biológicas" no.
- Las piscinas naturales generalmente no se calientan o el sol las calienta ligeramente. Por lo tanto, no tendrá sorpresas desagradables a este respecto (cuidado con la bomba) cuando reciba su factura de electricidad.
- Si la superficie es lo suficientemente grande y la piscina es utilizada ocasionalmente por patos, cisnes o gansos, los rayos ultravioleta del sol y el oxígeno nativo producido por el fitoplancton y ciertas plantas acuáticas sumergidas ayudan a desinfectar el agua y la biopelícula que se forma constantemente.
- Una vez instalada, la piscina natural tiene muchas ventajas frente a las piscinas convencionales. Su mantenimiento, una vez al año para

una limpieza profunda de la piscina, es menos tedioso y representa poco o ningún costo adicional. La piscina biológica no tiene nada que envidiar a las piscinas cloradas; permitiendo una mejor integración en el paisaje.



Un ejemplo de piscina natural, fuente: Futura-science

6. TURISMO LOCAL: UNA FORMA DE ECOTURISMO INTERESANTE PARA EL SECTOR HORECA

Estamos viendo la aparición de nuevas tendencias como el turismo lento. Verdadera antítesis del turismo de masas, el "turismo lento" se basa en la filosofía del "Slow Food" (un movimiento creado en 1986 para luchar contra la pérdida de autenticidad).

Slow Food" (movimiento creado en 1986 para luchar contra la pérdida de autenticidad de los alimentos trabajando con pequeños productores y re-educando a los consumidores sobre el sabor de los productos) aboga por una forma de sostenibilidad para las regiones que exhiben con orgullo sus valores y especificidades culturales y culturales".

El locaturismo, que tiene los mismos objetivos que el turismo lento, es un poco más complejo de definir.

Estadía, cercanía, turismo de proximidad... Todos estos términos se refieren a una noción aparentemente idéntica, que sin embargo debe matizarse. Si bien es cierto que todos estos conceptos pueden agruparse en una idea global que es la práctica del turismo en casa o cerca de casa, cada término designa una forma de consumir por derecho propio.

Pasar las vacaciones en casa no es nada nuevo. Todos los que no tienen los medios económicos para viajar practican la estadía (esto se llama estadía forzada). Por otro lado, las vacaciones voluntarias en el hogar o en las proximidades del hogar es un fenómeno relativamente reciente, que tiene su origen en prácticas respetuosas con el medio ambiente. En este capítulo también veremos lo que atrae a la gente a esta 'nueva' forma de turismo, pero también sus límites.

6.1. En el origen, un modo de consumo: el locavorismo

Locaturismo es un término derivado de locavorismo, que en sí mismo es un término relativamente reciente. De hecho, este último fue creado en 2005 con motivo del Día Mundial del Medio Ambiente.

Si bien el término ha sido ampliamente difundido y es ampliamente reconocido en los Estados Unidos, donde se originó, lo es mucho menos en sus primeras etapas en Europa.

El locavorismo se ha convertido en una verdadera tendencia entre las personas con un estilo de vida ecológico. Esta forma de consumir, que no se veía desde la preglobalización, ha ido cobrando fuerza a lo largo de los años, hasta el punto de que los consumidores actuales tienden a favorecer el consumo local frente al orgánico. Aquí comienza la lucha contra el ritmo frenético de consumo debido a la globalización.

6.2. Turismo en casa: ¿Por qué?

Como definimos anteriormente, el locaturismo es una forma de practicar el turismo en el hogar. Esta forma de imponer la proximidad geográfica como un condicionante cuando el principio mismo del turismo es practicar una actividad fuera del entorno habitual puede parecer sorprendente en un principio.

Si bien esta forma de turismo ganó popularidad luego de la crisis económica de 2008, el paralelismo con el locavorismo nos permitió encontrar otras razones que motivan estas prácticas turísticas. En esta sección veremos cómo se puede articular el locaturismo y cómo se puede hacer atractivo.

6.3. Promoción de la movilidad "suave"

El transporte, y más concretamente el transporte aéreo, es la principal causa de contaminación ligada al turismo. Costa Rica, con su programa "Pura Vida Pledge", ha apostado por la carbono neutralidad al incentivar a los turistas a compensar el carbono emitido por su vuelo mediante donaciones a proyectos ambientales locales. Esta compensación es parte de una fuerte política ambiental y no está al alcance de todas las áreas turísticas. Además, los riesgos de "lavado verde" en este tipo de enfoque son bastante altos (riesgo de "pagar" por el carbono emitido para tranquilizar la conciencia). Cuando la compensación de carbono no es una opción, el turismo en un radio de 161 km de la casa es una alternativa interesante que contribuye en gran medida a la reducción de las emisiones causadas por el transporte.

Si bien es cierto que puedes contaminar mientras te quedas en casa, sería totalmente innecesario volar a tu región. Las distintas campañas de comunicación a favor del locaturismo también abogan por el uso de las denominadas formas de movilidad "blandas" (bicicleta, patinete, andar, etc.) con el fin de reducir el impacto ecológico del turismo. Este deseo de

promover medios de transporte no contaminantes refuerza la idea de un enfoque ecológico, que ya es fuerte por su relación con el localismo.

6.4. El turismo de lugares cotidianos y la experiencia turística

Sin embargo, el enfoque eco-responsable no puede ser el único factor determinante en la elección de un destino. De hecho, "la oferta de descubrimiento debe renovarse ante todo, y debe constituir un momento insólito para el visitante local. Por eso, la búsqueda de momentos excepcionales, nuevos lugares, "pepitas locales" debe ser un requisito previo para la creación de la oferta.

En un momento en el que los viajes son cada vez más lejanos, es importante definir los elementos que pueden hacer que un destino en la zona geográfica del hogar sea atractivo para el consumidor del producto.

El atractivo del destino para el consumidor del producto turístico. El atractivo de la región de origen como destino turístico depende de dos elementos principales, a saber, el turismo de lugares ordinarios y la experiencia turística inusual.

El término 'lugar ordinario' es sinónimo de 'lugar no turístico' en la medida en que no está marcado por un elemento destacable que lo haga atractivo. Incrementar el atractivo y la ciudad turística de estos lugares ordinarios deben ser, por tanto, los ejes principales sobre los que debe centrarse la estrategia de turismo local.

Este turismo "posmoderno" se "renueva con los fenómenos de reinención e hibridación lúdico-geoturística, que privilegian la heterogeneidad de los nuevos lugares que se incorporan al turismo y las nuevas miradas, prácticas y vínculos que allí se desarrollan.

Por lo tanto, con la estrategia correcta, cualquier lugar 'ordinario' puede convertirse en un destino turístico por derecho propio.

Sin embargo, la estrategia turística no puede centrarse en lugares 'notables' porque estos lugares son parte de la vida cotidiana de los habitantes y por lo tanto son 'ordinarios' para ellos.

Si el entorno no puede ser un punto de venta, la estrategia de locaturismo debe orientarse hacia otras actividades.

La experiencia turística insólita es la verdadera punta de lanza del locaturismo, que permite transformar un lugar ordinario en un lugar extraordinario habilitando elementos estructurales para el consumidor local, organizando eventos o incluso actividades deportivas. El objetivo de este enfoque es romper los códigos sacando al consumidor de su vida cotidiana sin tener que viajar.

Paris Plages es un excelente ejemplo de evento dirigido al locaturismo/staycation. En efecto, como describe E. Lallement (2007), se trata de un “dispositivo urbano inusual en el sentido de que une dos mundos (el de la ciudad y el de la playa) manteniéndolos alejados entre sí, al mismo tiempo que asegura que uno no se funde con el otro”. E. Lallement también explica la principal paradoja de Paris Plages de la siguiente manera: “Cuanto más se escenifica la playa hasta el punto de eliminar la posibilidad de nadar y sustituirla por guiños acuáticos, más adquiere la operación su dimensión de evento. la ausencia del mar y la posibilidad de nadar que crearán toda la riqueza del evento y provocarán atractivo.



Otra forma de experiencia turística inusual, que ofrecen principalmente las grandes ciudades, es el redescubrimiento del entorno. A diferencia de la estrategia de Paris Plages, que pretende hacer olvidar a los parisinos que están en París, aquí el enfoque consiste en acompañar al "turista" en su entorno ayudándole a descubrir lugares que forman parte de su paisaje cotidiano pero cuya historia y particularidades que no conoce y, a veces, incluso cuya existencia desconoce. Este redescubrimiento del espacio cotidiano queda bien destacado en el trabajo de I. Diaz Soria (2018) sobre la ciudad de Barcelona quien constata "el creciente interés por descubrir Barcelona por parte de los vecinos de su área metropolitana. El desarrollo del sector de visitas guiadas dirigidas a un público mayoritariamente local es prueba de ello.

El análisis espacial y temporal de la oferta también muestra que el interés se refiere en particular a los mismos distritos que interesan a los turistas clásicos". Sin embargo, si los lugares visitados son los mismos para todos los visitantes, el comportamiento durante estas visitas guiadas (dirigidas a un público local) público) difiere del de los turistas. El estudio

realizado por I. Diaz Soria también analiza el comportamiento de los turistas (locales y convencionales), el resultado es que los turistas locales tienden a tomar menos fotos y a ser mucho más participativos que los turistas convencionales.

Esta mayor implicación en la visita puede explicarse por un mayor apego al lugar visitado, que tendrá un significado diferente para cada persona en función de sus vivencias personales.

Según los visitantes entrevistados, la vida cotidiana juega un papel en sus experiencias de descubrimiento. Para Marc, Pedro, Martí, Carolina, Meritxell y Miguel, cuando visitan su propia ciudad, sus experiencias cotidianas contribuyen de una forma u otra a dar sentido a lo que visitan".

7. DOS EJEMPLOS DE ECOTURISMO

7.1. Ecoturismo en las Seychelles: turismo limitado

¡El archipiélago de Seychelles en el Océano Índico tiene 115 islas con una superficie terrestre total de 455 km² y un territorio marítimo de 1.336.559 km²! Esto demuestra la importancia del océano para este estado... Está poblado por 87.000 habitantes, descendientes de inmigrantes de origen africano, europeo, chino o indio. El noventa por ciento de ellos vive en la isla principal de Mahé. El archipiélago tiene 905 metros de altura, pero la vida se concentra en la costa y las actividades económicas están ligadas al mar. Alberga dos sitios naturales clasificados por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad: el Atolón de Aldabra y el Bosque de Mayo, un bosque tropical primario ubicado en la isla de Praslin. Este país ha desarrollado una estrategia basada en un turismo limitado y de alto nivel en un entorno preservado.



Una isla en Seychelles, fuente: Unsplash

7.2. Ecoturismo en Fiji: hoteles ecológicos

Fiji, una república formada por 322 islas en 18.000 km² de tierra en medio del Pacífico, también basa gran parte de su economía en el turismo, con 300.000 a 400.000 visitantes al año. Los buzos vienen a admirar las extraordinarias riquezas del arrecife de coral. En Savusavu Bay, Jean-Michel Cousteau, hijo del famoso comandante, dio su nombre al Fiji Island Resort. En asociación con instituciones científicas y comunidades locales, se ha iniciado una reflexión para desarrollar un turismo ecológico centrado en las personas y la naturaleza, y se establecen intercambios con los habitantes.

En el hotel todo es ecológico: los residuos se reciclan y las aguas residuales tratadas en filtros de coco se reutilizan para regar la huerta orgánica que abastece al restaurante. Un biólogo vela por la preservación de la biodiversidad marina en la laguna. El Fiji Island Resort ha recibido numerosos premios por su enfoque de ecoturismo. Otros operadores ofrecen cruceros de buceo en Fiji en los que participan ecovoluntarios que participan en proyectos de conservación del medio ambiente. Acuerdan financiar parcialmente su estadía mientras "trabajan" para programas locales.

Otro ejemplo de un proyecto de ecoturismo es el Parque de Coral de la Isla Chumbe en el suroeste de Zanzíbar. En esta área marina protegida, se alienta a los visitantes a explorar tanto el bosque en la pequeña isla de Chumbe como las maravillas del arrecife de coral circundante. En la isla se han construido siete ecobungalows. Están diseñados para tener un impacto cero en la naturaleza: la energía funciona con energía solar, el agua de lluvia se recolecta y se filtra de forma natural y los inodoros se compostan. El treinta y cinco por ciento de los ingresos del turismo se utiliza para proyectos educativos para escuelas locales, estudios científicos, programas de monitoreo y el trabajo de los guardabosques.



Un hotel en Fidji, fuente: Unsplash

FUENTES

- Camus, S., Hikkerova, L. & Sahut, J. (2010). Tourisme durable : une approche systémique. *Management & Avenir*, 34, 253-269.
- EU Ecolabel tourist accommodations, European Commission.
- World Wide Fund For Nature © 1986 Panda Symbol WWF – World Wide Fund For Nature (formerly World Wildlife Fund)
- Aurélie Condevaux, Géraldine Djament-Tran et Maria Gravari-Barbas,. « « Avant et après le(s) tourisms(s). Trajectoires des lieux et rôles des acteurs du tourisme « hors des sentiers battus » », 1 juillet 2016.
- Deprest, Florence. *Enquête sur le tourisme de masse : l'écologie face au territoire*. Mappemonde. Belin, 1997.
- Diaz Soria, Inmaculada. « L'expérience touristique de l'espace quotidien : le cas des visiteurs barcelonais. Géographie. Université Toulouse le Mirail - Toulouse II, » 2018.
- Hallem, Yousra, Jean-Michel Sahut, et Lubica Hikkerova. « Le "Slow tourisme" comme voie pour améliorer le sentiment de bien-être ». *Gestion 2000* 37, n° 3 (2020): 129-47.
- Le Gargasson C., Messaoudi D., Leriche F. « *Du tourisme de masse aux tourisms de masse*», *Géographie du tourisme*, A. Colin. Fagnoni Edith (éd.), 2017.
- Poulot, Monique. « Vous avez dit "locavore" ? De l'invention du locavorisme aux États-Unis ». *Pour* 215-216, n° 3-4 (2012): 349-54.
- Revue Espaces. « Staycation & Locatourisme », n° 353 (s. d.).

- Rose, Nick, Elena Serrano, Kathy Hosig, Carola Haas, Dixie Reaves, et Sharon M. Nickols-Richardson. « The 100-Mile Diet: A Community Approach to Promote Sustainable Food Systems Impacts Dietary Quality ». *Journal of Hunger & Environmental Nutrition* 3, n° 2-3 (25 août 2008): 270-85.
- Séguin, Gérard, et Emmanuelle Rouzet. *Marketing du tourisme durable*. Marketing sectoriel. Paris: Dunod, 2010.
- Yergeau, Marie-Ève. « Conservation, écotourisme et bien-être : leçons népalaises ». *Revue d'économie du développement* 23, n° 1 (2015): 129-65.

ACERCA DE

La Comunidad de Municipios del Sur de Córcega (CCSC) es una institución pública de cooperación intermunicipal (EPCI). Se encuentra en Córcega (Francia) en el Departamento de Córcega del Sur. Su sede se encuentra en Porto-Vecchio. Emplea a 80 personas.

Su territorio está compuesto por 7 municipios: Bonifacio, Figari, Lecci, Monacia-d'Aullene, Pianottoli-Caldarellu, Porto-Vecchio y Sotta, con una población de 20.657 habitantes.

Los 7 municipios de la CCSC son responsables de las escuelas públicas establecidas en su territorio. Pueden organizar actividades educativas, deportivas y culturales complementarias dentro de las escuelas.

CCSC tiene un total de 19 competencias agrupadas bajo los temas:

- Desarrollo turístico
- Medio ambiente y entorno de vida
- Desarrollo y planificación económica

- Planificación y desarrollo social y cultural
- Ordenación del territorio
- Carreteras
- Alojamiento

A partir del 1 de enero de 2017, la CCSC también ha recuperado las misiones de la Casa de Empleo del Sur de Córcega, en particular sobre el empleo, la formación y la integración de audiencias jóvenes y con problemas.

Todas las acciones y proyectos implementados por la Comunidad de Municipios de Córcega del Sur forman parte de un enfoque de desarrollo sostenible y responsable.

Se han puesto en marcha numerosas iniciativas en materia de: movilidad limpia, Plan Clima Aire Energético (PCAET), Gestión de residuos, reducción del consumo energético, generación de energía fotovoltaica, distribución de lámparas LED, movilidad limpia con bicicletas eléctricas, gestión de medios acuáticos y prevención de inundaciones y muchas otros temas de nuevo...

El CCSC ha sido galardonado con la etiqueta de Territorio de Energía Positiva para el Crecimiento Verde. En Francia, el Territorio de Energía Positiva para el Crecimiento Verde se refiere a los territorios ganadores de la convocatoria de iniciativas lanzada por el Ministerio de Medio Ambiente, Energía y Mar el 4 de septiembre de 2014. El territorio de energía positiva para el crecimiento verde es un territorio de excelencia para transición energética y ecológica. La comunidad se compromete a reducir las necesidades energéticas de sus habitantes, edificaciones, actividades económicas, transporte y recreación. Propone un programa global para un nuevo modelo de desarrollo, más sobrio y más económico.

En este contexto, la CCSC realizó varios operativos: estaciones y bicicletas eléctricas en los municipios, estaciones de carga para todos los vehículos eléctricos. Todas estas son medidas que ilustran la voluntad de CCSC de preservar y mejorar su patrimonio ambiental.



2. Cómo fomentar la promoción y adopción de alimentos saludables y sostenibles en el sistema de hostelería y la promoción de los territorios locales

**Coopérative d'activité et d'emploi
Petra Patrimonia Sud**

1. INTRODUCCIÓN

Una de las lecciones aprendidas de la pandemia de Covid-19 es cómo la cadena de suministro de alimentos y su capacidad para alimentar a las personas se ha convertido en un gran desafío. Durante la crisis sanitaria, los circuitos cortos de abastecimiento de alimentos supieron innovar: pescadores y agricultores venden sus capturas y producción directamente a los habitantes. Presente desde hace años entre los ciudadanos, la necesidad de consumir productos saludables se ha visto acelerada por la crisis sanitaria y consumir productos ecológicos ya no es solo una moda. Los efectos tangibles del cambio climático, como los incendios forestales, las inundaciones y el aumento de las temperaturas en todo el mundo, están concienciando a las personas sobre la importancia de cambiar sus hábitos de compra y consumo y de pensar en la sostenibilidad. Los desafíos para fomentar la promoción y adopción de alimentos saludables y sostenibles en el sistema de hospitalidad y la promoción de los territorios locales son múltiples tanto para las personas como para el medio ambiente e incluyen desafíos sociales, económicos y ambientales. En este capítulo, discutiremos cómo mejorar el apoyo de los consumidores a alimentos sostenibles y saludables, luchar contra el desperdicio de alimentos, proteger y mejorar las tierras agrícolas o transformar los espacios existentes en espacios compartidos ricos en biodiversidad y, finalmente, crear conciencia y proporcionar las habilidades y habilidades necesarias. conocimiento a los actores de la industria hotelera y la promoción de los territorios.

2. MEJORAR EL APOYO DEL CONSUMIDOR PARA ALIMENTOS SOSTENIBLES Y SALUDABLES

El tema del desarrollo sostenible se ha impuesto en la agenda política y económica a nivel mundial. Ahora es uno de los valores que la gente de todo el mundo quiere promover para organizar su desarrollo. Este aumento del consumo “comprometido” se explica en gran parte por el

hecho de que los ciudadanos consideran el consumo como un espacio de contestación social. Los consumidores deben ser conscientes de que son clave para los sistemas alimentarios sostenibles ya que su desarrollo depende de sus comportamientos de compra y consumo. En primer lugar, se deben especificar los términos de alimentación sostenible y saludable. Entonces, ¿qué es un sistema alimentario sostenible? Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), un sistema alimentario sostenible es “un sistema alimentario que brinda seguridad alimentaria y nutrición para todos de tal manera que las bases económicas, sociales y ambientales para generar seguridad alimentaria y nutrición para las generaciones futuras no se vean comprometidas.” (Sistemas alimentarios sostenibles - Concepto y marco). En otras palabras, la alimentación sostenible es el conjunto de prácticas alimentarias encaminadas a proporcionar alimentos a los seres humanos en calidad y cantidad suficiente respetando la sostenibilidad y siendo económicamente accesibles y remunerativos a lo largo de la cadena alimentaria. Ahora bien, ¿qué significa comida sana? Es una práctica alimentaria que te permite mantener o mejorar tu salud en general. Una dieta saludable te proporciona los nutrientes esenciales que necesitas para mantenerte saludable, sentirte bien y tener energía: proteínas, carbohidratos, grasas, agua, vitaminas y minerales. Tiene un papel esencial en nuestra salud porque reduce el riesgo de desarrollar ciertas enfermedades crónicas y por lo tanto aumenta la esperanza de vida.



Para comprender los desafíos y jugar este importante papel en el proceso de mejorar el sistema alimentario, los consumidores deben ser apoyados a través del laberinto que es el sistema alimentario, cuya falta de transparencia es mantenida a menudo y principalmente por las grandes empresas de la industria alimentaria.

Sin embargo, existen sistemas establecidos por ley para verificar y garantizar la calidad y el origen de los productos alimenticios, como el sistema de trazabilidad de los alimentos y el aprendizaje permanente para enseñar a los consumidores a aprender a alimentarse y corregir su comportamiento de consumo en este sentido.

3. RECONOCIMIENTO DE LA INFORMACIÓN NUTRICIONAL Y AMBIENTAL: TRANSPARENCIA Y TRAZABILIDAD DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS

El creciente interés de los consumidores por la sostenibilidad va acompañado de una necesidad de seguridad alimentaria en respuesta a los temores sobre la seguridad alimentaria de la década de 2000 (la "vaca loca" en 1996, la "gripe aviar" en 2005, la más famosa, pero se han producido varias otras epidemias hasta ahora) lo que ha contribuido a un temor creciente entre los consumidores y una necesidad urgente de transparencia alimentaria. Los consumidores deben estar seguros de que sus frutas y verduras, carne y pescado, y productos alimenticios envasados son seguros para ellos y/o sus familias. Quieren saber el origen, los ingredientes en la composición de los productos procesados y, cada vez más, si la producción y el reciclaje del producto siguen procesos respetuosos con el medio ambiente.

3.1. Concepto de trazabilidad alimentaria

La rastreabilidad o rastreo de productos es definida por la Comisión del Codex Alimentarius, establecida por la FAO en 1963, como “la capacidad de seguir el movimiento de un alimento a través de etapas específicas de producción, procesamiento y distribución”.

La Organización Internacional para la Estandarización define la trazabilidad como “la capacidad de seguir el movimiento de un alimento a través de etapas específicas de producción, procesamiento y distribución” (ISO 22005/2007).

La implementación de un sistema de trazabilidad eficiente es esencial para tranquilizar a los clientes, pero también para permitir que los proveedores y productores identifiquen y puedan eliminar productos en riesgo para la salud humana o retirar productos a lo largo de la cadena de suministro. En términos concretos, se trata de permitir a los profesionales seguir los alimentos y conocer las transformaciones que han sufrido desde la granja hasta el punto de venta. En la industria alimentaria, la frescura y la calidad del producto son cruciales y pueden determinar el futuro de su negocio, ya sea un factor de éxito o fracaso.

La trazabilidad se enfrenta a un doble desafío:

- Un desafío para el cumplimiento:
 - cumplimiento de los requisitos reglamentarios: los productores son responsables de la calidad y la seguridad alimentaria de los productos alimenticios que comercializan
 - cumplimiento de los requisitos comerciales: etiquetas, estándares u otros requisitos necesarios para vender un producto
- Un desafío para la competencia:
 - especificaciones y normas

- La competencia internacional requiere demostrar el origen y la trazabilidad de los productos.

La trazabilidad permite a los productores comprobar que controlan insumos (lugar, ambiente, almacenamiento, materiales y equipos, procesos de trabajo, mano de obra) y prácticas (cumplimiento de las Buenas Prácticas: Higiene, Almacenamiento, Procesamiento).

Deben especificarse dos distinciones importantes en lo que respecta a la trazabilidad:

- **trazabilidad interna vs externa:** Es un requisito para los procesadores de alimentos, empacadores, distribuidores y otros en la cadena de suministro de alimentos mantener procesos que vinculen las identidades de las materias primas con las de los productos terminados. Luego, el producto debe recibir un identificador de producto único. Para garantizar la trazabilidad, se debe registrar el vínculo entre este nuevo producto y todo su material original. Mientras que la Trazabilidad externa se refiere a la identificación única de todos los artículos rastreables fuera de una entidad comercial, en toda la cadena de suministro. La trazabilidad externa se extiende desde el proveedor original hasta el cliente final.
- **Trazabilidad hacia atrás vs hacia adelante:** La trazabilidad hacia atrás implica volver a la fuente de un producto para encontrar el ingrediente o producto contaminado, mientras que la trazabilidad hacia adelante implica ver dónde se utilizó ese lote/producto contaminado.

En la Unión Europea, el reglamento de la Ley General de Alimentos requiere que las empresas puedan rastrear y rastrear alimentos, piensos e ingredientes a lo largo de los procesos de producción, procesamiento y distribución. Para fomentar un sector alimentario sostenible y responsable, pero también para eliminar esta falta de confianza entre la industria y los consumidores, la trazabilidad es la solución perfecta.

Las empresas pueden optar por participar en sistemas de estándares privados no obligatorios como la Iniciativa Global de Seguridad Alimentaria (GFSI) o los Estándares Alimentarios Internacionales (IFS). Estas empresas tienen como objetivo ayudar a las empresas de la industria alimentaria a garantizar la seguridad alimentaria y la calidad de los procesos y productos. Se emitirá un logotipo y un certificado después de la aplicación de sus estándares y recomendaciones, lo que puede ayudar a reforzar la reputación de la empresa como fabricante de productos seguros y de alta calidad y, por lo tanto, tranquilizar a los clientes de que habla en serio.



En cuanto a la trazabilidad de los alimentos, la normativa europea es cada vez más rigurosa con respecto a los profesionales con el fin de garantizar una total transparencia para los consumidores.

En cuanto a la trazabilidad de los alimentos, la normativa europea es cada vez más rigurosa con respecto a los profesionales con el fin de garantizar una total transparencia para los consumidores.

Para el resto de sectores alimentarios, la trazabilidad es un proceso voluntario, pero sin embargo necesario para asegurar una garantía de calidad a los consumidores. La cantidad de información que se debe recopilar y almacenar puede ser impresionante, por lo que se debe implementar un sistema de trazabilidad efectivo.

3.2. Favorecer un sistema alimentario sostenible

Un sistema es "un conjunto de elementos que interactúan dinámicamente, organizados de acuerdo con un objetivo" (De Rosnay,

1975). ¿Qué pasa con un sistema alimentario?

Un sistema alimentario sostenible (SSA) puede definirse como una red colaborativa territorial que integra la producción, el procesamiento, la distribución y el consumo de alimentos, así como la gestión de materiales residuales, con el objetivo de mejorar la salud ambiental, económica y social de la población. comunidad. Incluye actores, actividades e infraestructuras que apoyan la seguridad alimentaria de una población y se basa en la gobernanza alimentaria territorial.

Concretamente, en un sistema alimentario sostenible, se pueden observar signos de cambio en el sistema alimentario a diferentes niveles:

- Prácticas agrícolas más ecológicas: agricultura orgánica, urbana, huertas compartidas, etc.
- Canales locales de comercialización: venta directa, redes locales de alimentos, organizaciones de productores, etc.
- Iniciativas para reducir el desperdicio alimentario: reutilización solidaria, cocinas de transformación, etc.
- Políticas y programas que fomentan la elección de alimentos justos y saludables.

La necesidad de una dinámica colaborativa entre organizaciones de un mismo territorio implica también una transformación del sistema alimentario. Esta colaboración debe orientarse en torno a valores comunes que tiendan a cumplir los siguientes objetivos: transparencia en los intercambios, economía de proximidad, equidad entre generaciones, resiliencia alimentaria en caso de crisis, etc. También es necesario implementar indicadores reconocidos internacionalmente para evaluar la sostenibilidad de sistemas alimentarios. Las

comunidades deben tener esto en cuenta para tomar medidas.



AGROECOLOGÍA es la aplicación de conceptos y principios ecológicos basados en las funcionalidades de los ecosistemas para optimizar las interacciones entre plantas, animales, humanos y el medio ambiente, teniendo en cuenta los aspectos sociales para permitir un sistema alimentario sostenible y equitativo. La agroecología es un enfoque integrado y holístico prometedor para transformar los sistemas alimentarios, abordando cuestiones relacionadas con los sistemas de producción y comercialización de alimentos y agricultura de manera sistémica dentro de un entorno político propicio. Las prácticas agroecológicas son cada vez más populares entre las organizaciones de productores, incluidos los agricultores familiares, los agricultores (agricultura campesina) y las comunidades tradicionales, para conservar y proteger de manera sostenible la biodiversidad y los recursos naturales, generar conocimiento a través de la cocreación y el intercambio, y mejorar la gobernanza. La agroecología reintroduce la diversidad en los sistemas de producción agrícola y fomenta la diversidad del paisaje (por ejemplo, diversificación de cultivos y alargamiento de las rotaciones, implementación de infraestructuras agroecológicas, etc.) y refuerza el papel de la biodiversidad como factor de producción. Los agroecosistemas mejoran la eficiencia de las prácticas para reducir el uso de insumos costosos, escasos o perjudiciales para el medio ambiente y fomentan la sustitución de insumos intensivos por las funcionalidades ecosistémicas de la biodiversidad.

Lograr transiciones agroecológicas puede transformar los sistemas actuales en sistemas alimentarios sostenibles y resilientes que permitan a todos acceder a alimentos de calidad, saludables e inocuos y producir de manera sostenible.

4. EDUCACIÓN ALIMENTARIA

En el marco de una alimentación más ecológica y en particular en el de la adopción de un sistema alimentario sostenible, es imprescindible, además de un cambio en los modos de producción, distribución, transporte y políticas conexas, que los consumidores evolucionen en su Relación física y psíquica con la comida.

En un contexto donde la hiperabundancia y la satisfacción de las necesidades inmediatas han consagrado el advenimiento del hiperconsumo y el hiperindividualismo, los consumidores, que ante todo siguen siendo ciudadanos, deben enfrentarse ahora a cuestiones ambientales, sociales y económicas que ya no pueden ignorar. Para que los sistemas alimentarios sostenibles se desarrollen y ofrezcan una alternativa al sistema agroalimentario industrial que ha imperado en las últimas décadas, es fundamental que los consumidores se eduquen sobre la alimentación a lo largo de su vida, tanto para su salud como para la preservación del medio ambiente y sus recursos.

4.1. Promoción de alimentos saludables

La necesidad de promover la educación nutricional puede estar motivada por el fuerte impacto de la alimentación en general sobre la salud, las amplias desigualdades en salud que pueden presentarse desde edades tempranas y los nuevos riesgos del estilo de vida.

Además de la elección de alimentos, los problemas incluyen patrones dietéticos, que son factores importantes en las desigualdades de salud

combinadas con la falta de actividad física inherente a las poblaciones sedentarias.

Sin embargo, la desnutrición persiste, particularmente en los grupos sociales más frágiles y desfavorecidos. La desnutrición no debe confundirse con la obesidad, ya que también incluye situaciones de exceso de calorías o desequilibrios nutricionales.

Una dieta saludable ayuda a proteger contra todas las formas de desnutrición, así como contra las enfermedades no transmisibles como la diabetes, las enfermedades cardíacas, los accidentes cerebrovasculares y el cáncer.

Sin embargo, en los países de la UE, como en la mayoría de los países desarrollados, la tendencia a consumir cada vez más productos grasos, azucarados y ultraprocesados está en el origen de enfermedades con un coste social especialmente elevado, como la obesidad o la diabetes. Los desequilibrios nutricionales resultantes en las dietas pueden explicarse por una mala distribución de la ingesta de alimentos a lo largo del día y la multiplicación de los períodos de merienda.

Simultáneamente, la necesidad de abordar los problemas de salud pública y sostenibilidad es cada vez mayor: la industria hotelera debe contribuir a la promoción de alimentos sostenibles y saludables, ya que ofrece varios beneficios. La investigación muestra que las empresas de alimentos del sector de la hospitalidad comprometidas con la promoción de iniciativas de alimentación saludable y sostenible ven un aumento en la intención de visita de los clientes. Además de este aumento de clientes potenciales, crea una imagen verde saludable o sostenible para el restaurante.

4.2. Modos de consumo más sostenibles

Una canasta flexitariana es una canasta de alimentos que incluye una combinación de alimentos de origen vegetal y animal. Está diseñado para

personas que siguen una dieta flexitariana, que es una dieta que consiste principalmente en alimentos de origen vegetal pero que incluye pequeñas cantidades ocasionales de alimentos de origen animal.

Una canasta flexitariana podría incluir una variedad de verduras, frutas, legumbres, nueces, semillas y granos, así como cantidades más pequeñas de lácteos, huevos y carne. El objetivo de una canasta flexitariana es proporcionar una combinación equilibrada y nutritiva de alimentos que satisfagan las necesidades dietéticas de las personas que siguen una dieta flexitariana.

Algunos ejemplos de elementos que podrían incluirse en una canasta flexitariana incluyen:

- Frutas: manzanas, plátanos, bayas, naranjas, peras, etc.
- Verduras: verduras de hojas verdes, pimientos, zanahorias, tomates, calabazas, etc.
- Granos: Granos integrales como quinoa, avena y arroz integral, así como pan, pasta y cereales integrales.
- Legumbres: Frijoles, lentejas, garbanzos, etc.
- Frutos secos y semillas: Almendras, anacardos, semillas de calabaza, etc.
- Lácteos: Leche, queso, yogur, etc.
- Huevos
- Carne: Pollo, res, cerdo, pescado, etc.



Canasta Flexitariana

5. LUCHA CONTRA EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS

El desperdicio de alimentos alimenta el cambio climático y es responsable, junto con la pérdida de alimentos, del 6 % de las emisiones globales de gases de efecto invernadero (GEI) 1 (Poore & Nemecek). El desperdicio de alimentos es un desafío importante para todos los países del mundo. El desperdicio de alimentos tiene serios impactos ambientales, sociales y económicos, tales como GEI, contaminación, escasez de agua, aumento de la huella de carbono, pobreza, hambre global, riesgos para la salud...



El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) estima que 931 millones de toneladas de alimentos, es decir, el 17 % del total de alimentos disponibles para los consumidores en 2019, se han tirado a la basura según la investigación del PNUMA (Informe del índice de desperdicio de alimentos 2021).

En la UE, el desperdicio de alimentos se estima en 173 kilogramos por persona cada año y los servicios de alimentación generan el 12 % del desperdicio total de alimentos.

5.1. Lucha contra el desperdicio de alimentos a nivel de producción

Si bien esta dimensión del desperdicio de alimentos no es responsabilidad directa de la industria hotelera, es fundamental tener en cuenta que los alimentos producidos se desperdician incluso antes de salir de la granja. El informe *Driven to Waste* emitido por WWF-UK y Taleco en 2021 muestra que 1200 millones de toneladas de alimentos producidos a nivel mundial se pierden durante las operaciones de cosecha o sacrificio, lo que representa el 15,3 % de los alimentos producidos en todo el mundo. El informe también señala que esta pérdida de alimentos es un problema que se pasa por alto en Europa y otros países industrializados. También critica que la UE no esté abordando este problema de forma que acabe con él y que se centre demasiado en el nivel de postproducción. Se evocan varios factores para explicar la pérdida de alimentos en esta etapa temprana de la cadena de suministro de alimentos, como estándares estéticos demasiado estrictos para los productos agrícolas, malas condiciones laborales y mercados y políticas disfuncionales.

Además de estos estándares y cuestiones de política, la mecanización y la sobreproducción están implicadas en el desperdicio de alimentos

porque, si bien aportan innovación y aumentan la producción, también generan desperdicios cuando se administran de manera incorrecta. Los fabricantes deben optimizar sus procesos revisando las siguientes tres etapas:

1. **Identificar áreas de desperdicio:** Involucrarse en un proceso de reducción de desperdicios alimentarios implica medir los desperdicios producidos e identificar su origen. Para ello, es fundamental implementar un plan de seguimiento y medición. Este plan debe incluir la instalación, los procesos y equipos, y las inspecciones y revisiones.
2. **Implementar mejoras:** Una vez que se identifican las áreas de desperdicio, es crucial implementar mejoras para reducir significativamente el desperdicio de alimentos. Hay varias formas de optimizar los procesos para la reducción de residuos:
 - Eliminación de procesos innecesarios: cuando un proceso es inútil se debe eliminar porque tiene costos y genera desperdicios innecesarios.
 - Mejoramiento de insumos: los desechos se pueden atribuir a un proceso específico, mientras que es un proceso defectuoso aguas arriba que causa desechos en una etapa posterior. Revisar la calidad de los insumos es crucial en esta etapa.
 - Capacitación y concientización del personal: El personal debe estar debidamente capacitado y sensibilizado con respecto al desperdicio de alimentos; de lo contrario, todas sus mejoras serán inútiles e ineficaces.
 - Minimizar: Algunos residuos pueden evitarse reprocesándolos o transfiriéndolos para su uso en otras áreas.

- Rediseño de procesos y/o modernización de equipos: Cuando un proceso sigue siendo un problema, considerar actualizar o rediseñar el equipo es una opción, aunque sea costosa, podría resultar en mejoras de calidad y valor agregado.
- Mejora de salida o rediseño de producto: Para mejorar la eficiencia de un proceso, a veces es necesario modificar una salida o un producto.

3. **Convierta el flujo de desechos en un flujo de ingresos:** Cuando generar residuos es inevitable, existen otras corrientes y son oportunidades para valorizar tus residuos. Hay un mercado para fallas de calidad y raspaduras. Ser parte de la economía circular ayuda a mantener los recursos en uso durante el mayor tiempo posible y los modelos comerciales de economía circular son efectivos para generar nuevas fuentes de ingresos y diversificar el negocio.

A nivel de producción, reducir el desperdicio de alimentos implica innovación tanto en términos de máquinas como de personal, y cambios en los estándares estéticos. Sin embargo, este último punto requiere un cambio radical de mentalidad y comportamiento por parte de los consumidores. La industria hotelera puede participar en este cambio impactando las últimas etapas de la cadena alimentaria, es decir, los niveles de procesamiento, compra y consumo.

PRINCIPALES CAUSAS DEL DESPERDICIO DE ALIMENTOS

Producción	Mecanización, Clasificación (aspecto, tamaño, forma), Problemas sanitarios
Procesando	SClasificación (métodos y estética), Almacenamiento
Distribución	Gestión de departamentos, Previsiones de ventas
Consumption	Conservación del producto
Consumo	Las previsiones de ventas

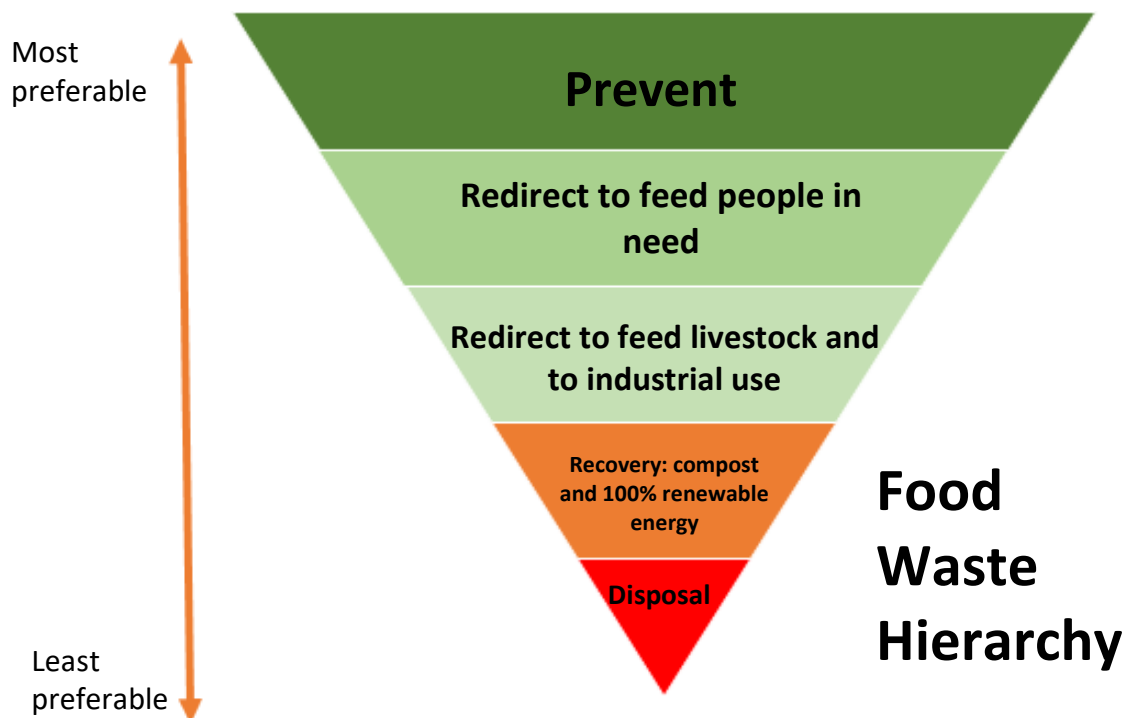
5.2. Lucha contra el desperdicio de alimentos en la etapa de procesamiento

La preparación de alimentos en términos de desperdicio de alimentos es un paso crucial en la industria de la hospitalidad ya que la calidad del almacenamiento, procesamiento y uso de los alimentos tendrá un impacto en la generación de residuos. Este es un paso clave en la lucha contra el desperdicio y la pérdida de alimentos para el que se debe hacer un gran esfuerzo porque puede lograr muy buenos resultados y un impacto directo en la gestión del desperdicio de alimentos.

El principal desafío a la hora de preparar comidas en la industria de la hospitalidad es saber cuánto producto preparar para garantizar que todos los clientes estén satisfechos. Sin embargo, la demanda del consumidor fluctúa y un producto que tenía mucha demanda en un servicio puede tener poca demanda en otro. La sobreproducción dará como resultado un gran aumento en el desperdicio y el deterioro de los alimentos.

En la etapa de procesamiento, para evitar esta sobreproducción, los administradores deben tener la estimación más precisa de la cantidad de alimento necesaria. Mediante la recopilación de datos se estimará el conocimiento de las necesidades de los clientes de la empresa. Tener un presupuesto lo más cercano posible a la realidad del negocio permite producir una cantidad adecuada de alimentos y reducir el desperdicio de alimentos en esta etapa. Para ello, es importante llevar un registro de los alimentos que se han tirado.

Tenga en cuenta que algunos productos pueden reutilizarse en lugar de desecharse, como las cáscaras de frutas y verduras (frituras, mermeladas, etc.).



Controlar el tamaño de las porciones también es crucial para evitar restos de comida en el plato que finalmente terminan en la papelera. La oferta de envases respetuosos con el medio ambiente para que los consumidores se lleven a casa los alimentos no consumidos debe implementarse en combinación con el control del tamaño de las porciones.

Cumplir con las normas de seguridad alimentaria también es crucial,

especialmente en lo que respecta al almacenamiento.

Es fundamental asegurarse de que los equipos de refrigeración, como frigoríficos y congeladores, sean monitoreados regularmente y que su temperatura sea medida y controlada varias veces al día utilizando los instrumentos de control del equipo, pero sobre todo de acuerdo con un termómetro colocado dentro de cada unidad que produce frío. Esto asegura que la temperatura en la unidad se mantenga en un nivel óptimo y que se optimice el tiempo de consumo de los alimentos almacenados. El personal debe conocer las temperaturas óptimas de conservación de los productos, en particular de los frescos y congelados, que deben ser objeto de un estricto control en vista de los riesgos para la salud que conlleva una mala gestión y la fragilidad de estos productos, que deben desecharse en caso de no se almacenan a las temperaturas recomendadas.

El almacenamiento de alimentos frescos en estas unidades debe permitir una ventilación efectiva y un enfriamiento uniforme. Los productos voluminosos que impiden que circule el aire refrigerado pueden afectar la temperatura de la unidad de refrigeración y, por lo tanto, comprometer el control de la temperatura.



5.3. Lucha contra el desperdicio de alimentos en la etapa de procesamiento

- **Limite las compras**

Es esencial mantener sus compras de alimentos al mínimo. Una de las buenas prácticas básicas para combatir el desperdicio de alimentos es contar con una planificación alimentaria eficiente. Esta planificación consiste principalmente en comprobar el estado de las existencias y planificar los platos a servir. Antes de acudir a su proveedor o realizar un pedido, es fundamental elaborar una lista de las comidas que se servirán en el período para el que está comprando (días, semana, mes). De esta lista, se necesitará una lista de ingredientes para preparar los platos. Luego es necesario verificar qué ingredientes están en stock y cuáles se pueden eliminar de la lista de compras si es necesario.

Sin embargo, estas acciones de planificación son inseparables y pueden intercambiarse, ya que es igualmente prudente elaborar la lista de comidas a partir de los productos disponibles en stock y tener en cuenta las fechas cortas de ciertos productos, como los productos frescos, por ejemplo.

Las cantidades de productos comprados deben basarse en los volúmenes de ventas. Hacer un seguimiento de los productos que vende la empresa es crucial para el proceso de compra. Este seguimiento permite estimar las cantidades necesarias con la mayor precisión posible. En el caso de una nueva receta o lanzamiento de producto y para evitar desperdicios, se recomienda producir una cantidad razonable y ver el éxito con los clientes y así adaptar los volúmenes de compra en consecuencia.

Aunque los proveedores cobran precios mucho más bajos por las compras al por mayor y es fundamental para un negocio de Horeca contener los costos, la compra al por mayor de productos debe basarse en una estimación razonable de los volúmenes de ventas y solo debe afectar a productos con una fecha de caducidad muy larga, como productos secos o productos enlatados.



- **Compras en redes locales de alimentos**

Comprar en estructuras de cadenas de suministro de alimentos cortas tiene varias ventajas para las partes interesadas, pero también más ampliamente para la sociedad en general, ya que este tipo de comercialización es muy favorable para la preservación del medio ambiente y, en particular, para luchar contra el cambio climático mediante la reducción de la huella de carbono.

En primer lugar, permite limitar la circulación de mercancías. Como se mencionó anteriormente, esto ayuda a preservar el medio ambiente por un lado, pero también permite obtener productos de mejor calidad. Esta garantía de mejor calidad proviene del propio transporte de mercancías, que permite:

- por un lado, para reducir los tiempos de transporte y así garantizar una

cosecha/producción óptima de los productos, en particular de frutas y hortalizas

- por otro lado, mejorar las condiciones de transporte de las mercancías reduciendo los intermediarios y los riesgos de dañar los productos durante la manipulación

En segundo lugar, la compra en cadenas alimentarias cortas permite una proximidad con el proveedor que generalmente no existe cuando el proceso se realiza con proveedores de alcance nacional o incluso internacional. Esta relación con el proveedor (el propio productor en general en este sistema) permite establecer una relación de confianza y un mejor conocimiento del mercado/contexto/productos.

Las cadenas cortas de suministro de alimentos también ayudan a preservar la economía local y desarrollar la solidaridad con los productores locales. Comprar local permite el desarrollo de la comunidad local de varias maneras:

- invertir en la economía local, en particular a través de la redistribución local
- contribuir a la creación y mantenimiento del empleo local
- mejorar la remuneración de los productores locales
- restablecer un vínculo social entre consumidores y productores

- **Promocionar los productos locales y de temporada**

La promoción de productos locales y de temporada está relacionada en gran medida con el desarrollo de canales de distribución cortos y es uno de los resultados. Entre la mejora de la calidad de los alimentos y el

apoyo a la economía local, los alimentos sostenibles están en el centro de los problemas para los formuladores de políticas y las comunidades. La promoción de los productos locales permite perpetuar este modo de consumo porque es popular entre los consumidores, pero es necesario implantarlo y debe ser el resultado de una voluntad política real para que se desarrolle. El desarrollo de un mercado permanente para la distribución de productos locales permite ponerlos a disposición de los consumidores. También facilita la comunicación entre productores y consumidores cuando llegan nuevos productos de temporada.

Existen muchas plataformas, como Open food, que permiten a las partes interesadas averiguar qué redes locales de alimentos están disponibles en su área local, compartir buenas prácticas y recursos y conectarse con la comunidad y las personas interesadas.

Junto con la promoción de los productos locales, es fundamental promover la estacionalidad de los alimentos, en particular la “comida de temporada”. Este término se refiere a la práctica de comer alimentos cuando están en su punto máximo de frescura. Comer según la temporada tiene que ver con el sabor y la nutrición, pero también con la sostenibilidad. El consumo de alimentos de temporada reduce la huella de carbono y tiene beneficios para la salud humana.

5.4. Lucha contra el desperdicio de alimentos en la etapa de procesamiento

- **Educar a los clientes sobre el desperdicio de alimentos.**

La educación es fundamental en la lucha para aliviar el desperdicio de alimentos. Casi todos y cada uno de nosotros hemos derrochado cuando se trata de alimentos. Sin embargo, ¿cuántas personas se lo piensan dos veces antes de tirar los alimentos sin comer o sin usar? Además, como empresa de hostelería, ¿cómo podemos concienciar a los clientes sobre el desperdicio de alimentos cuando están pagando por un servicio?

De la misma manera que se ha educado a las personas sobre los efectos nocivos del desperdicio de energía, deben comprender el impacto del desperdicio de alimentos para reducir el desperdicio de alimentos. Los consumidores representan una gran parte de la pérdida y el desperdicio de alimentos en la industria hotelera.

Educar a los consumidores sobre el desperdicio de alimentos no solo creará conciencia sobre sus patrones de consumo en los negocios de hostelería, sino que también ayudará a integrar estos hábitos de consumo en su vida diaria y tendrá un impacto beneficioso en el medio ambiente y la sociedad en general, yendo más allá del sector de la hostelería. . Es crucial que sus invitados no se sientan limitados u obligados a limitar su consumo. Se les debe asegurar que disfrutarán de su comida. Para hacerlo, debe conocer los diferentes tipos de mentalidad de los consumidores.

	El buscador de valor	El complaciente	El explorador
<i>Invitado pensamiento probable</i>	"Pagué por esto, y voy a obtener el valor de mi dinero".	"Me lo merezco, y voy a hacer de cada comida un festín".	"Hay tantas opciones. ¡Tengo que probarlo todo!"
<i>Pueden tomar/pedir más de lo que necesitan porque</i>	...más en su plato significa más valor por su dinero.	...es una ocasión especial, ¡y este no es el momento de moderarse!	... es la única manera de asegurarse de que no se pierdan algo que les pueda encantar.
<i>Podríamos convencerlos de que tomen menos cuando</i>	... asegúreles que obtienen un gran valor debido a la calidad de lo que comen.	... cree una sensación de placer a través de la variedad y la experiencia, y equiparando la sostenibilidad con el lujo.	... haga hincapié en la exploración a través de la variedad, no de la cantidad: tomar menos significa que puede probar más y saborearlo.
	↓ Y cuando aumentamos su conciencia sobre el problema del desperdicio de alimentos		

Mentalidad de los consumidores: cómo influir en su elección para luchar contra el desperdicio de alimentos (extracto de "Un conjunto de herramientas para comunicar el desperdicio de alimentos a los invitados" de WWF)

La educación y la conciencia sobre el sistema alimentario y el desperdicio ayudan a las personas a ver el verdadero valor de los

alimentos que compran.

- **Soluciones disponibles para luchar contra el desperdicio de alimentos para los consumidores**

Junto con la educación y la concientización sobre el desperdicio de alimentos, es esencial brindarles a los consumidores soluciones concretas para obtener resultados eficientes.

En primer lugar, las empresas de hostelería deberían ofrecer a los clientes la oportunidad de llevarse a casa la comida no consumida en bolsas para perros. Las bolsas para perros son recipientes para llevar a casa los restos de comida de una comida en un restaurante, por ejemplo. Se debe alentar a los clientes a solicitar una bolsa para perros, ya que esto evita la eliminación directa de alimentos.

Entonces, los negocios de hostelería deberían formar parte de un sistema alimentario urbano circular. Las herramientas digitales ofrecen varias opciones diferentes para que los restaurantes y las tiendas de alimentación luchen de manera eficiente contra el desperdicio de alimentos a través de diversas formas, como la redistribución de alimentos comestibles, la facilitación de sistemas de precios inteligentes o la provisión de sistemas simples de medición y monitoreo. Too Good to Go es una empresa social comprometida con abordar el problema del desperdicio de alimentos. La compañía ha diseñado una aplicación para ayudar a las personas a abordar el desperdicio de alimentos en sus comunidades locales al conectarlos con restaurantes y tiendas de comestibles que tienen excedentes de comidas e ingredientes.

Formar parte de un sistema alimentario circular es fundamental y muy eficaz para luchar contra el desperdicio de alimentos y tiene muchos beneficios tanto para los consumidores como para las empresas del sector.



6.PROTEGER Y MEJORAR LAS TIERRAS AGRÍCOLAS O TRANSFORMAR LOS ESPACIOS EXISTENTES EN ESPACIOS COMPARTIDOS RICOS EN BIODIVERSIDAD

Un sistema alimentario saludable y sostenible puede desempeñar un papel clave en la protección y mejora de las tierras agrícolas y la transformación de los espacios existentes en espacios compartidos ricos en biodiversidad.

Algunas estrategias para lograr esto incluyen:

- promover la agricultura sostenible
- apoyar los sistemas alimentarios locales
- reducir el desperdicio de alimentos
- crear jardines comunitarios e iniciativas de agricultura

urbanapromoting green infrastructure

- mejorar la resiliencia de las personas, las comunidades y los ecosistemas

6.1. Hacer de la alimentación una palanca para mejorar el bienestar de todos en la región

Los alimentos saludables y sostenibles se pueden utilizar como palanca para mejorar el bienestar de las personas y las comunidades de una región de varias maneras.

- **Promover hábitos alimentarios saludables para apoyar la salud y la sostenibilidad**

Animar a las personas a consumir una dieta variada y equilibrada que incluya una variedad de frutas, verduras, cereales integrales y proteínas magras puede ayudar a mejorar la salud en general y prevenir enfermedades crónicas como la obesidad, la diabetes y las enfermedades cardíacas. Hoy en día, las personas consumen más alimentos ricos en energía, grasas y sal o sodio, pero no comen suficientes frutas, verduras y cereales integrales. Para lograr resultados efectivos en la comunidad, es fundamental involucrar a varios sectores y actores, como las autoridades locales, el sector público y el sector privado.

- **Apoyar los sistemas alimentarios locales**

Comprar alimentos cultivados y producidos localmente puede ayudar a apoyar a los agricultores y productores de alimentos locales, impulsar la economía local y reducir el impacto ambiental del transporte de alimentos.

Si bien el complejo sistema alimentario globalizado proporciona grandes cantidades de alimentos a precios bajos, generalmente a expensas de la calidad del producto, un sistema alimentario local puede

mejorar la salud y la sostenibilidad de las comunidades. El surgimiento de los agricultores; Se debe alentar a los mercados, la agricultura apoyada por la comunidad y los restaurantes en las puertas de las granjas a apoyar los sistemas alimentarios locales.

Además, ayuda a desarrollar la economía local al permitir que el dinero permanezca en la comunidad. Numerosos estudios han demostrado que esto tiene muchos impactos económicos positivos, incluido que el doble de dinero permanece en la comunidad cuando las compras se realizan localmente.

- **Reducir el desperdicio de alimentos**

La implementación de programas para reducir el desperdicio de alimentos y desviar el exceso de alimentos a quienes los necesitan puede ayudar a garantizar que todos tengan acceso a suficientes alimentos nutritivos y reducir el impacto ambiental de la producción de alimentos.

- **Proporcionar educación y recursos**

Educar a las personas sobre técnicas de cocina saludables, seguridad alimentaria y nutrición puede capacitarlas para elegir alimentos más saludables y mejorar su bienestar general.

Proporcionar contenido y recursos educativos es esencial, ya que ayuda a crear un sistema alimentario más sostenible y equitativo. De esta forma, sensibiliza sobre los beneficios de una alimentación sana y sostenible, como la mejora de la salud y el bienestar, la sostenibilidad medioambiental y la equidad social y económica. Además, al proporcionar educación y recursos, podemos ayudar a empoderar a las personas para que tomen decisiones alimentarias informadas y sostenibles y apoyemos la producción de alimentos a pequeña escala en la región. Al hacer de los alimentos saludables y sostenibles una palanca para mejorar el bienestar de las personas y las comunidades, podemos ayudar a crear un sistema alimentario más sostenible y equitativo para todos.

- **Abordar la inseguridad alimentaria**

Trabajar para abordar la inseguridad alimentaria y la desnutrición en la región puede ayudar a garantizar que todos tengan acceso a suficientes alimentos nutritivos para llevar una vida saludable y productiva. Esto puede implicar asociarse con bancos de alimentos, organizaciones comunitarias y programas gubernamentales para distribuir alimentos a quienes los necesitan. Los productores orgánicos locales a menudo cultivan una variedad más amplia de frutas y verduras tradicionales para atraer un mercado diverso. Esto descubre una mayor diversidad de semillas, ya que juegan un papel clave en la creación de un sistema alimentario local más sostenible y resistente. Las semillas representan el conocimiento local que encarna siglos de conocimiento sobre cómo salvar, cultivar y guiar la expresión útil. Al apoyar la diversidad de semillas, se evita el riesgo de agotamiento de semillas y la pérdida de conocimientos locales, ya que las semillas continúan transmitiéndose de generación en generación.

6.2. Promover el surgimiento de modelos de producción y consumo de alimentos que acerquen a consumidores y productores

A medida que nuestro sistema alimentario global se vuelve más industrializado y consolidado, puede ser difícil para los consumidores tener una conexión directa con los productores de sus alimentos. Sin embargo, al promover el surgimiento de modelos de producción y consumo de alimentos que acerquen a los consumidores y productores, podemos crear un sistema alimentario más sostenible, equitativo y resistente. Desde cooperativas de alimentos locales y mercados de agricultores hasta agricultura apoyada por la comunidad y agricultura urbana, hay una variedad de formas de conectar a los consumidores con las fuentes de sus alimentos y apoyar la producción de alimentos a

pequeña escala. Al promover estos modelos y alentar su adopción, podemos ayudar a crear un sistema alimentario más conectado y sostenible que beneficie a todos.

6.2.1. Redes locales de comida

- **Apoyar a las cooperativas de alimentos**

Las cooperativas de alimentos, que pertenecen y son operadas por sus miembros, pueden ayudar a unir a los consumidores y productores al proporcionar un vínculo directo entre los dos grupos. Las cooperativas de alimentos se pueden implementar en el territorio como:

- **Cooperativas de tiendas de abarrotes:** comercializan una amplia gama de productos de alimentación (productos frescos, cárnicos, lácteos, etc.);
- **Cooperativas de mercados de agricultores:** estas son cooperativas que operan mercados de agricultores y venden productos frescos cultivados localmente y otros productos alimenticios directamente a los consumidores. Los miembros de la cooperativa pueden incluir agricultores, artesanos y otros productores de alimentos;
- **Cooperativas agrícolas apoyadas por la comunidad (CSA):** estas son cooperativas que conectan a los consumidores directamente con los agricultores y otros productores de alimentos en su región. Los miembros de la cooperativa suelen pagar una cuota por adelantado para recibir una parte regular de productos frescos cultivados localmente y otros productos

alimenticios durante la temporada de cultivo.

Las cooperativas de alimentos pueden brindar una serie de beneficios a sus miembros y a las comunidades a las que sirven, incluido el acceso a alimentos de alta calidad cultivados localmente, oportunidades para la participación y educación de la comunidad, y apoyo para los pequeños agricultores y productores de alimentos.

- **Fomentar el desarrollo de centros alimentarios**

Los centros de alimentos, que son instalaciones centralizadas que agregan, almacenan y distribuyen alimentos cultivados localmente a los consumidores, pueden ayudar a conectar a los pequeños agricultores con los consumidores y promover el uso de alimentos locales. El desarrollo de asociaciones con agricultores locales, productores de alimentos y organizaciones comunitarias puede ayudar a los centros de alimentos a conectarse con las fuentes locales de alimentos y generar apoyo dentro de la comunidad.

El desarrollo de centros de alimentos puede promover los beneficios de los alimentos locales al educar a los consumidores sobre los beneficios de los alimentos locales, como su frescura, sabor e impacto ambiental y económico, puede ayudar a aumentar la demanda de alimentos locales y apoyar el desarrollo de centros de alimentos. Esto puede conducir a un uso más amplio de los alimentos locales en instituciones como escuelas, hospitales, etc.

Deben apoyarse políticas y regulaciones que favorezcan los alimentos locales, lo que puede ayudar a crear un entorno más favorable para el desarrollo de centros alimentarios.

- **Fomentar el uso de comida local en los 145ngredients**

Alentar a los 145ngredients a utilizar 145ngredients locales de temporada puede ayudar a apoyar a los agricultores y productores de alimentos locales, al tiempo que proporciona a los consumidores alimentos frescos y de alta calidad. Educar a los propietarios y al personal de los restaurantes sobre los beneficios de usar alimentos locales puede ayudar a aumentar la demanda de alimentos locales. El desarrollo de asociaciones con agricultores y productores de alimentos locales también puede ayudar a los restaurantes a acceder a una variedad más amplia de productos alimenticios locales y establecer relaciones con las fuentes locales de alimentos. El uso de comida local en menús especiales ayuda a aumentar el conocimiento y la demanda de comida local entre los clientes del restaurante.



Esta especialización gastronómica permitirá a la región mejorar su atractivo turístico y aportará valor añadido a su territorio. Por lo tanto, puede ser un activo importante para el turismo local y ayudar a desarrollar la economía local.

6.2.2. Agricultura urbana

La agricultura urbana es la práctica de cultivar alimentos en áreas urbanas, generalmente en espacios pequeños como jardines de patio trasero, jardines comunitarios e incluso en techos o en contenedores.

- **Promover la jardinería en el hogar**

Alentar a las personas a cultivar sus propios alimentos en el hogar, ya sea a través de huertos familiares o comunitarios, puede ayudar a acercar a los consumidores y productores y brindarles a las personas productos frescos y saludables. También contribuye a la educación alimentaria saludable y sostenible al permitir que las personas aprendan a cultivar productos frescos y saludables, ahorrar dinero y reducir el impacto ambiental de la producción de alimentos, lo que puede ayudar a aumentar el interés en la jardinería doméstica.

Se debe alentar el intercambio de historias exitosas y ejemplos de proyectos de jardinería en el hogar para ayudar a inspirar a otros a comenzar sus propios huertos familiares.

- **Apoyar la producción de alimentos a pequeña escala**

La agricultura urbana puede brindar una oportunidad para que los productores de alimentos a pequeña escala, como los jardineros de traspatio y los jardineros comunitarios, cultiven y vendan sus propios productos. Esto puede ayudar a respaldar los sistemas alimentarios locales y acercar a los consumidores y productores.

- **Crear conexiones comunitarias y promover la sostenibilidad**

La agricultura urbana puede crear un sentido de comunidad y unir a las personas en torno a un objetivo común de cultivar y compartir alimentos. Esto puede ayudar a construir relaciones entre consumidores y productores y crear un sentido de conexión y comunidad.



6.3. Mejorar la resiliencia de las personas, las comunidades y los ecosistemas a través de un sistema alimentario saludable y sostenible

Construir un sistema alimentario saludable y sostenible en un territorio contribuye a mejorar la resiliencia de las personas, las comunidades y los ecosistemas frente al cambio climático en particular ya los problemas ambientales en un sentido más amplio. Muchos problemas ambientales críticos están vinculados a la agricultura, como el cambio climático, las zonas muertas, la ingeniería genética, los contaminantes, la deforestación, la degradación del suelo, los desechos, entre otros. La agricultura puede tener un impacto masivo en los ecosistemas que la rodean. Por lo tanto, la adopción de prácticas de agricultura sostenible puede prevenir o reducir estos impactos negativos en el medio ambiente y las comunidades.



Los cultivos de cobertura, el compostaje y el manejo integrado de plagas pueden ayudar a proteger y mejorar las tierras agrícolas, así como a apoyar la biodiversidad. Estas prácticas contribuyen a mejorar la resiliencia de las comunidades y los ecosistemas al proteger los recursos naturales y promover un sistema alimentario más sostenible.



Comprar alimentos cultivados y producidos localmente puede ayudar a apoyar a los agricultores y productores de alimentos locales, impulsar la economía local y reducir el impacto ambiental del transporte de alimentos. Esto puede ayudar a mejorar la resiliencia de las comunidades al aumentar la autosuficiencia económica y reducir la dependencia de fuentes externas de alimentos.

La adopción de un sistema saludable y sostenible reduce el desperdicio de alimentos y desvía el exceso de alimentos a quienes los necesitan, lo que puede ayudar a garantizar que no se desperdicien recursos valiosos y que todos tengan acceso a suficientes alimentos nutritivos. Como resultado, esto respalda la resiliencia de las comunidades y su territorio al reducir el desperdicio de recursos y abordar la inseguridad alimentaria al reducir la vulnerabilidad a la escasez de alimentos y contribuir a mejorar la salud y el bienestar.

7. SENSIBILIZAR Y PROPORCIONAR LAS HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS NECESARIOS A LOS PROFESIONALES DE LA HOSTELERÍA Y LA PROMOCIÓN DE LOS TERRITORIOS

La sensibilización de los profesionales de la hostelería y de la promoción de los territorios es fundamental para que comprendan los problemas que están en juego y la necesidad de cambiar las cosas. Sin embargo, la conciencia de los problemas no es suficiente; Los profesionales deben tener las habilidades y conocimientos para implementar y promover un sistema alimentario saludable y sostenible. De esta forma, serán los agentes del cambio al orientar su práctica hacia un modelo más sostenible que incluya el bienestar de las personas y las comunidades.

7.1. Cambiar las prácticas de los profesionales de la hostelería y la promoción de los territorios en torno a la alimentación sostenible y saludable

Para que los sectores de la hostelería y la promoción se fortalezcan en el ámbito de la alimentación saludable y sostenible, es fundamental que su personal sea sensibilizado y formado en este tema para que estos sectores sean efectivos en este ámbito y así sensibilizar. de este importante problema para nuestras sociedades modernas.

- **Formación y eventos educativos**

Cambiar las prácticas de los profesionales del sector de la hostelería y promover los territorios en torno a la alimentación sostenible y saludable a través de eventos formativos y educativos es fundamental para crear un sistema alimentario más sostenible y equitativo. Apoyando a los

profesionales del sector y brindándoles los conocimientos y habilidades necesarios, se puede garantizar que los hoteles, restaurantes y otras empresas de catering puedan ofrecer a sus clientes opciones de alimentación saludables y sostenibles y promover la región como un destino para la alimentación sostenible y saludable. alimento. Esto puede incluir la participación del personal en sesiones de capacitación y eventos educativos para profesionales, el desarrollo de materiales educativos y la colaboración con organizaciones turísticas locales para promover el compromiso de la región con una alimentación sostenible y saludable. Cambiando las prácticas de los profesionales del sector de la hostelería y promoviendo los territorios con respecto a la alimentación sostenible y saludable, podemos ayudar a crear un sistema alimentario más sostenible y saludable que beneficie a todos.

- **Desarrollar materiales promocionales y de marketing**

El desarrollo de materiales promocionales y de marketing, como folletos, sitios web y contenido de redes sociales, que destaquen el compromiso de la región con los alimentos sostenibles y saludables, puede ayudar a atraer visitantes conscientes del medio ambiente y diferenciar a la región de otras.

La comunicación es fundamental, ya sea con profesionales, locales o turistas, ya que sensibiliza sobre los retos de la alimentación sana y sostenible y facilita la implantación de un sistema sostenible que responda a las necesidades del territorio. La creación de marcas de alimentos saludables es una iniciativa muy eficaz en este sentido, ya que suelen estar dirigidas por organizaciones o jugadores de tamaño medio y, por lo tanto, no requieren grandes inversiones.

Este tipo de marcas, así como las etiquetas ecológicas, son muy buscadas por los consumidores, ya sean residentes o turistas. Las etiquetas ecológicas son marcas colocadas en productos o servicios para ayudar a los consumidores y compradores institucionales a identificar aquellos productos y servicios que cumplen con criterios ambientales específicos. Ayudan y orientan a los consumidores para mejores hábitos

de compra.

- **Colaborar con organizaciones turísticas locales**

La colaboración con las organizaciones turísticas locales, como las oficinas de visitantes y las cámaras de comercio, puede ayudar a promocionar la región ante un público más amplio y brindar valiosos recursos y apoyo a los profesionales de la industria hotelera. La tendencia hacia el turismo sostenible ha ido creciendo en los últimos años, lo que significa que las personas buscan una experiencia turística completa pero que tenga en cuenta los aspectos económicos, sociales y ambientales. Los viajeros de hoy son más conscientes, o al menos más inclinados, a las cuestiones ambientales.

Están buscando nuevas experiencias, están preocupados por el medio ambiente, quieren vivir un estilo de vida saludable y están ansiosos por experimentar la auténtica cultura local cuando viajan.

Por lo tanto, es importante que los actores locales colaboren con las organizaciones turísticas locales para dar a conocer los beneficios y las especificidades de los alimentos locales a la mayor cantidad de personas posible para desarrollar los territorios preservando su saber hacer y el medio ambiente.

- **Alentar a los hoteles y restaurantes a adoptar prácticas alimentarias sostenibles y saludables.**

Alentar a los hoteles y restaurantes a adoptar prácticas alimentarias sostenibles y saludables, como obtener ingredientes locales y orgánicos y ofrecer opciones de menú a base de plantas, puede ayudar a cambiar las prácticas de los profesionales del sector y promover la región como destino de alimentos sostenibles y saludables. Se debe alentar a los profesionales de la industria a mostrar las fortalezas y prácticas de alimentos saludables y sostenibles en su región mediante la promoción y el uso de alimentos producidos localmente.

- **Invertir en infraestructura**

Invertir en infraestructura, como transporte, alojamiento y servicios, que respalde prácticas alimentarias sostenibles y saludables, como programas de bicicletas compartidas y jardines en el lugar, puede ayudar a mejorar la experiencia general de los visitantes y hacer que la región sea más atractiva para los turistas.



7.2. Impulsar iniciativas educativas en torno a la alimentación sostenible y saludable

En un mundo que enfrenta desafíos como el cambio climático, la inseguridad alimentaria y problemas de salud relacionados con la alimentación, es más importante que nunca promover acciones educativas en torno a una alimentación sostenible y saludable. Al proporcionar a las personas el conocimiento y las habilidades necesarias

para tomar decisiones alimentarias informadas y sostenibles, podemos ayudar a crear un sistema alimentario más saludable y resistente para todos. Esto puede incluir organizar eventos y talleres educativos, desarrollar materiales educativos, colaborar con escuelas y universidades, asociarse con organizaciones comunitarias y promover prácticas alimentarias sostenibles y saludables a través de las redes sociales y otras plataformas en línea. Al promover acciones educativas en torno a la alimentación sostenible y saludable, podemos ayudar a crear un sistema alimentario más sostenible y equitativo para todos.

- **Organizar y participar en eventos y talleres educativos**

Organizar y participar en eventos y talleres educativos es una excelente manera de brindar a las personas los conocimientos y habilidades necesarios para adoptar prácticas alimentarias sostenibles y saludables. Estos eventos y talleres pueden tomar muchas formas, como clases de cocina, seminarios de nutrición, recorridos por granjas y más. Al organizar eventos y talleres educativos, puede ayudar a educar a las personas sobre una variedad de temas relacionados con alimentos sostenibles y saludables, como cómo cultivar sus propios alimentos, cómo cocinar con alimentos integrales e ingredientes de origen vegetal y cómo hacer elecciones alimentarias sostenibles. Además de brindar información y habilidades valiosas, los eventos y talleres educativos también pueden crear un sentido de comunidad y unir a las personas en torno a un interés común en la alimentación sostenible y saludable. Para organizar eventos y talleres educativos, es importante determinar el público objetivo y los objetivos, identificar un lugar y un horario adecuados, desarrollar un plan, promover el evento o taller y hacer un seguimiento y evaluar los resultados.

- **Desarrollar materiales educativos**

El desarrollo de materiales educativos sobre alimentación saludable y sostenible puede ser una forma eficaz de proporcionar a las personas los conocimientos y habilidades necesarios para adoptar estas prácticas.

Los materiales educativos pueden tomar muchas formas, como folletos, guías, videos y más. Al desarrollar materiales educativos, puede ayudar a educar a las personas sobre una variedad de temas relacionados con la alimentación saludable y sostenible. Los materiales educativos pueden ser particularmente útiles para proporcionar a las personas información y recursos a los que pueden consultar en su propio tiempo y a su propio ritmo.

- **Colaborar con escuelas y universidades**

Colaborar con escuelas y universidades para promover alimentos saludables y sostenibles puede ser una forma efectiva de educar a los estudiantes y ayudar a desarrollar la comunidad. Las escuelas y universidades a menudo tienen una audiencia cautiva de estudiantes que se encuentran en una etapa formativa de sus vidas y están abiertos a aprender sobre prácticas alimentarias saludables y sostenibles. Al colaborar con estas instituciones, puede proporcionar a los estudiantes los conocimientos y las habilidades necesarios para tomar decisiones alimentarias informadas y sostenibles, lo que puede ayudar a crear una comunidad más saludable y sostenible. Además de brindar educación, colaborar con escuelas y universidades también puede brindar la oportunidad de conectarse con organizaciones y recursos locales, y de involucrar a los estudiantes en experiencias prácticas de aprendizaje, como excursiones y proyectos de servicio.

- **Asociarse con organizaciones comunitarias**

Asociarse con organizaciones comunitarias para promover alimentos saludables y sostenibles puede ser una forma esencial de educar a las personas y ayudar a desarrollar la comunidad. Las organizaciones comunitarias, como los centros comunitarios y las bibliotecas, suelen tener una fuerte presencia en sus comunidades y pueden proporcionar una plataforma para llegar a una amplia gama de personas. Al asociarse con estas organizaciones, puede proporcionar a las personas el conocimiento y las habilidades necesarios para tomar decisiones alimentarias informadas y sostenibles, lo que puede ayudar a crear una

comunidad más sana y sostenible. Además de brindar educación, asociarse con organizaciones comunitarias también puede brindar la oportunidad de conectarse con los recursos locales e involucrar a las personas en experiencias prácticas de aprendizaje, como jardines comunitarios y clases de cocina.

- **Promover prácticas alimentarias sostenibles y saludables a través de las redes sociales y otras plataformas en línea**

La promoción de prácticas alimentarias sostenibles y saludables a través de las redes sociales y otras plataformas en línea puede ser una forma esencial de educar a las personas y ayudar a desarrollar la comunidad.

Las redes sociales y otras plataformas en línea pueden brindar un amplio alcance y permitirle compartir materiales y recursos educativos con las personas de una manera conveniente y de fácil acceso.

Al promover prácticas alimentarias sostenibles y saludables a través de estas plataformas, puede proporcionar a las personas los conocimientos y habilidades necesarios para tomar decisiones alimentarias informadas y sostenibles, lo que puede ayudar a crear una comunidad más saludable y sostenible. Además de brindar educación, la promoción de prácticas alimentarias sostenibles y saludables a través de las redes sociales y otras plataformas en línea también puede brindar la oportunidad de conectarse con personas y organizaciones de ideas afines, y de involucrar a las personas en debates y actividades relacionadas con la alimentación sostenible y saludable. También ayuda a influir en otros miembros de la comunidad y concienciarlos sobre la necesidad de adoptar nuevos hábitos alimentarios y los beneficios que esto puede tener a nivel individual, comunitario y por extensión global.

7.3. Desarrollar los conocimientos y habilidades del personal que trabaja en el sector de la hostelería y la promoción de los territorios locales sobre alimentación sostenible y saludable

Desarrollar el conocimiento y las habilidades del personal que trabaja en el sector de la hospitalidad y promover los territorios locales sobre alimentos sostenibles y saludables es esencial para crear un sistema alimentario más sostenible y equitativo y atraer visitantes conscientes del medio ambiente a la región. Al proporcionar al personal el conocimiento y las habilidades necesarios, podemos ayudar a garantizar que los hoteles, restaurantes y otras empresas de servicios de alimentos puedan brindar a sus clientes opciones de alimentos saludables y sostenibles y promover la región como un destino de alimentos sostenibles y saludables. Esto puede incluir capacitar al personal sobre cómo obtener ingredientes locales y orgánicos, cómo preparar alimentos integrales y de origen vegetal, y cómo promover prácticas alimentarias sostenibles y saludables para los clientes. Al desarrollar el conocimiento y las habilidades del personal que trabaja en el sector de la hospitalidad y promover los territorios locales, podemos ayudar a crear un sistema alimentario más sostenible y saludable que beneficie a todos.

- **Ofrecer programas de capacitación**

Muchas empresas hoteleras ofrecen programas de capacitación internos que cubren temas como opciones de alimentos sostenibles y saludables. Estos programas se pueden impartir a través de una variedad de formatos, incluidos talleres presenciales, cursos en línea o seminarios web. Es fundamental ofrecer al personal del sector la oportunidad de adquirir nuevas habilidades y fortalecer las existentes para tener un alto nivel profesional para enfrentar las necesidades de los desafíos cruciales relacionados con la sostenibilidad, el medio ambiente y la salud. El personal capacitado, educado y consciente permitirá mantener un

sistema alimentario sostenible y saludable mediante la implementación de estrategias de manera más efectiva y rápida. Esto mejora el impacto de sus estrategias a nivel local, regional y nacional e internacionalmente por extensión.

- **Alentar al personal a buscar recursos adicionales**

Anime al personal a hacer su propia investigación sobre el tema al proporcionar acceso a recursos como libros, artículos y cursos en línea. Esto ayudará al personal a mantenerse actualizado sobre las últimas tendencias y desarrollos en el campo. La búsqueda de recursos adicionales también demuestra un compromiso e implicación real del personal del sector. Esto puede permitirles adquirir nuevos conocimientos, pero también personalizar su educación sobre el tema.

- **Crear un ambiente de trabajo de apoyo**

Crear una cultura en el lugar de trabajo que valore la sostenibilidad y la alimentación saludable. Esto puede implicar brindar opciones de alimentos saludables en la cafetería de los empleados, promover opciones basadas en plantas y alentar al personal a traer sus propios recipientes y utensilios reutilizables. La creación de un entorno de trabajo de apoyo tiene una serie de beneficios tanto para la organización como para sus empleados, especialmente cuando se trata de adquirir nuevas habilidades y conocimientos. Este entorno de trabajo seguro debe promover la comunicación abierta, el trabajo en equipo, la seguridad, el aprendizaje permanente y la implicación y participación de las partes interesadas. Por lo tanto, se alentará al personal a compartir su conocimiento y experiencia sobre prácticas alimentarias sostenibles y saludables con sus colegas. Esto puede ser a través de conversaciones informales, reuniones de equipo o incluso organizando un taller o una presentación.

- **Asociarse con organizaciones locales**

Asóciese con organizaciones locales que promuevan prácticas alimentarias sostenibles y saludables, como mercados de agricultores o

jardines comunitarios. Esto puede brindar al personal la oportunidad de aprender acerca de estas prácticas de primera mano e involucrarse en su comunidad local. La creación de redes puede ser una herramienta valiosa para desarrollar el conocimiento y las habilidades del personal que trabaja en el sector de la hospitalidad y promover territorios locales sobre alimentación sostenible y saludable.

La creación de redes puede ayudarlo a conectarse con otros profesionales, organizaciones y recursos que pueden proporcionar información valiosa, recursos y apoyo para sus esfuerzos. Unirse a organizaciones de la industria y asociaciones profesionales puede brindar la oportunidad de conectarse con otros profesionales y acceder a recursos e información relacionados con prácticas alimentarias sostenibles y saludables. Asistir a conferencias y eventos puede brindar la oportunidad de conectarse con otros profesionales y conocer las últimas investigaciones, tendencias y mejores prácticas relacionadas con la alimentación sostenible y saludable. Finalmente, se recomienda utilizar los recursos y plataformas en línea disponibles. Muchos recursos y plataformas en línea, como las redes sociales, los foros en línea y las comunidades en línea, pueden ser útiles para adquirir conocimientos, mejorar sus prácticas laborales o conectarse con otros profesionales u organizaciones en el campo.



FUENTES

- Joseph Poore & Thomas Nemecek (2018). Reducing food's environmental impacts through producers and consumers. Science.
- Lee, K.; Conklin, M.; Cranage, D.A.; Lee, S. The role of perceived corporate social responsibility on providing healthful foods and nutrition information with health-consciousness as a moderator. Int. J. Hosp. Manag. 2014, 37, 29–37 [Crossref]
- Alimentation durable : définition et enjeux. (2021, 16 novembre). Optigede - Ademe. Consulté le 6 octobre 2022, à l'adresse <https://www.optigede.ademe.fr/alimentation-durable>
- Alimentation et Environnement : Champs d'actions pour les professionnels (ADEME). (2016, octobre). [Pdf]. ADEME Editions. https://librairie.ademe.fr/cadic/2223/alimentation_et_environnement_2020.pdf?modal_token=475833152e6107866008730d7fc4199a&modal=true&cookies_allowed=true&open=true&firstname=&lastname=&email=jerome.scanavino%40orange.fr&rgpd=on&submitted=1&g-recaptcha-response=03ANYolqskqof500aDIV2GGVgDWLyv9QBbKK4yrjWDFkF_yt_0b3es4X0yVQFNCS-0YRThh81O_ID1WNsNHkQpUqV8FcD8e10GQldvl_pXNK1Fox_Sn2CvGgkxTvk1bZg0NFYLaUrxGv13miyDJwCMB5YK1-h4UtVdnKyS1fArmSSsJIWFpnBbkymM1DI-dVDt9JLWRbsse1Y6ThKHS2ku3IA2-SLkXeMZ1CQp_dljmXxrZiACggn0IeCUP9RR9vT4OI-SV8nCCePCFEyrcA9ebOBDuYdn-5Vx0W4eW7XAtsA0min3jT0L4k8VXXiDbpeZQJMis_XcsIMkc_RGARDh9PqTfZ0AShrQdT3I-N-tG0A2oxkj0LklrtI6puRzubwzw4Dr0E03NPFYm-o5j-zqHI64TjqybLKAhMYBIh96SZs9zb0AOXRbM69gRIC9z6JgvdNfPf

V7aX6NGmXRVIVklo6yb7qE3OA1__rCmxnpmOh1oBe6panRBq
9zktv1Ulc-S6mTjwchi3eLbO1Hu8jPw-fJW9fjJ2y9Q

- Fosse, J. P. F. (s. d.). Pour une alimentation saine et durable - Rapport pour l'Assemblée nationale. France Stratégie. Consulté le 6 octobre 2022, à l'adresse <https://www.strategie.gouv.fr/publications/une-alimentation-saine-durable-rapport-lassemblee-nationale>
- Guide de l'alimentation durable. (2015). Institut fédéral pour le développement durable. https://www.developpementdurable.be/sites/default/files/document/files/gidsduurzamevoeding_fr.pdf
- How Consumer Organisations can contribute to Sustainable Food systems. (s. d.). Consumers International. <https://www.consumersinternational.org/media/314552/how-consumer-organisations-can-contribute-to-more-sustainable-food-systems.pdf>
- L'alimentation, un nouvel enjeu de développement durable pour les territoires. (s. d.). Cerema à l'adresse <https://www.cerema.fr/fr/actualites/alimentation-nouvel-enjeu-developpement-durable-territoires>
- L'éducation à l'alimentation : entre représentations et pratiques alimentaires – Éducation relative à l'environnement –. (2018, 26 octobre). Érudit. <https://www.erudit.org/fr/revues/ere/2016-v13-n2-ere04029/1052542ar/>
- Product traceability in the Food & Beverage industry. (s. d.). Consulté le 6 octobre 2022, à l'adresse <https://hospitalityinsights.ehl.edu/product-traceability>
- Promouvoir une alimentation saine et durable : et la rendre accessible à tous les habitants de la métropole. (2019, avril).

Conseil de développement Grand Lyon. <https://conseils-de-developpement.fr/wp-content/uploads/2020/11/promouvoir-alimentation-saine-et-durable-lyon-19.pdf>

- Sustainable Food System in Hospitality | FoodNotify Hospitality Blog. (s. d.) à l'adresse <https://www.foodnotify.com/en/blog/sustainable-food-system-hospitality>
- Systèmes alimentaires durables : Un manuel pour s'y retrouver. (2020). FAO & INRAE. <https://doi.org/10.4060/ca9917fr>

ACERCA DE

Petra Patrimonia Sud (PP Sud) es una cooperativa empresarial y de empleo especializada en el apoyo a líderes de proyectos en los siguientes sectores:

- Patrimonio Agrario, Paisajístico y Ambiental: PETRA PATRIMONIA FOLIA
- Patrimonio marítimo y oficios marítimos: PETRA PATRIMONIA MARITIMA
- Patrimonio edificado, edificación y ecoconstrucción: PETRA PATRIMONIA

PP Sud, una alternativa real a la creación de empresas, permite a los propietarios de proyectos desarrollar sus actividades de manera diferente, en un entorno legal, seguro, formativo e innovador. Este marco permite, en primer lugar, probar concretamente la viabilidad de un proyecto (contrato CAPE), luego emprender sosteniblemente dentro de la cooperativa, al amparo de un estatus recientemente promovido (ION n ° 2014-856 del 31 de julio de 2014 sobre el social y economía solidaria), la del empresario-empleado.

Emprende acciones para satisfacer los siguientes principios:

- dar a todos la oportunidad de emprender y desarrollar su saber hacer de forma económica y cooperativa;
- promover la realización de proyectos económicos viables dejando un lugar central a los proyectos de vida individuales;
- permitir que los empleados y empresarios asalariados se conviertan en socios.

PP Sud trabaja en el campo de la economía social y solidaria y en estrecha colaboración con los servicios del Estado, las autoridades locales y regionales para la implementación de políticas relacionadas con el empleo, la integración, la formación y más específicamente las dedicadas al desarrollo de actividades y empresas.

Su innovación social y económica asegura la reversibilidad y el fácil acceso a la creación de empresas. Su actividad incluye un programa de coaching destinado a desarrollar las habilidades sociales específicas que necesitan los directivos (Es minucioso en la ejecución de tareas, Toma iniciativas personales, Tiene la capacidad de anticipar y responder eficazmente al cambio, Acepta las diferencias culturales y sociales, liderazgo, Maneja sus propias emociones, Tiene la capacidad de negociar con los demás, Está interesado en aprender cosas nuevas/ está interesado en las innovaciones, Es capaz de administrar el tiempo de manera eficiente, Sabe cómo desarrollar estrategias).

Sus acciones se llevan a cabo en colaboración con las principales redes de apoyo a la creación y adquisición de empresas, como BGE, FI, FA, “réseau entreprendre” (red de emprendedores), la APCE.

PP SUD está especializado en el acompañamiento de líderes de proyectos y jóvenes, especialmente en el sector turístico, que quieren probar/descubrir y comenzar sus actividades. Aporta una respuesta a jóvenes deseosos de crear su propio empleo y les proporciona nuevas

habilidades y competencias formándolos en el mundo empresarial. PPC se ocupa cada día de diferentes sectores de la formación. PP Sud cuenta con personal experimentado en el campo de la educación y la formación.



3. Psicología de la toma de decisiones para la adopción de conductas proambientales en el sector turístico

Igor Vitale International srl

1. INTRODUCCIÓN

Cuando nos enfrentamos a un problema global como el cambio climático, debemos ser capaces de evaluar todos los aspectos que contribuyen a solucionarlo.

Entre estos, con extrema simplificación, podemos hablar del impacto de las industrias en el cambio climático, el uso masivo de materiales no reciclables y otros efectos que vienen determinados por la forma en que producimos energía.

Estos elementos son fácilmente cuantificables e identificables. Además, una legislación que la reduzca sustancialmente también podría ser aparentemente simple y ya habría sido implementada si no tuviera impactos logísticos y económicos particulares.

El esfuerzo de Europa en este momento es promover una transición ecológica en todos los sectores, incluido el turismo, para luchar contra el cambio climático.

De hecho, el Pacto Verde Europeo establece el objetivo de alcanzar la neutralidad de carbono para 2050.

Este objetivo se ha visto recientemente puesto en una situación más compleja a través de la guerra de Ucrania, que ha supuesto también una crisis energética para los estados europeos más dependientes de las importaciones de gas ruso y que sin duda supondrá obstáculos para una consecución más rápida de la neutralidad sobre el medio ambiente. .

En uno de los países participantes, Italia, incluso se pensó en reabrir los implantes a carbón para satisfacer las necesidades energéticas nacionales.

Aparte de los aspectos macro, existen factores menos visibles e identificables que los aspectos macro y que forman parte del área psicológica, a saber: las actitudes, creencias y comportamientos de las personas.

Las reglas, por más precisas que sean, pueden ser seguidas en la práctica de diferentes maneras o incluso a veces puede haber solo un cumplimiento aparente.

Por tanto, debemos distinguir al menos las normas explícitas de las implícitas, subjetivas. Sabiendo que las reglas no escritas todavía tienen un impacto en el resultado final.

Si un municipio proporciona un sistema de residuos innovador pero el sistema tiene muchos problemas a nivel de usabilidad o ergonomía, el resultado final podría ser catastrófico. El sistema puede cumplir con los requisitos formales pero no usarse adecuadamente en la práctica.

Si el restaurante de un hotel tiene varias opciones de comida que favorecen el uso de ingredientes a kilómetro cero pero no las promociona bien y por lo tanto pocas personas seleccionan estas opciones de comida sostenible, este aspecto atañe al comportamiento humano.

Si un hotel no conoce algunos incentivos de mejora energética y, por lo tanto, no aprovecha las oportunidades para mejorar la eficiencia energética de su estructura, este aspecto se refiere a elementos de conocimiento de la persona.

En otras palabras, el factor humano en la lucha contra el cambio climático juega un papel importante y este papel es también tuyo como profesional del turismo, gestor, tomador de decisiones y para todos los actores del turismo, incluidos los consultores. Incluso podríamos decir que los propios consumidores también desempeñan un papel a la hora de proporcionar información a los establecimientos de alojamiento e indicar cada vez con más frecuencia cuándo ciertas decisiones comerciales no son ecológicas y, por lo tanto, deben evitarse.

2. LA PSICOLOGÍA DE LAS DECISIONES

La lucha contra el cambio climático se aborda, por tanto, también desde un punto de vista psicológico, ya que cada uno de los siguientes aspectos juega un papel decisivo:

- Actitudes hacia el medio ambiente
- Comportamientos proambientales
- Creencias y conocimientos sobre el cambio climático
- Toma de decisiones a favor del medio ambiente

Lo que necesitamos entender es cómo fomentar estos elementos psicológicos. Estos aspectos van más allá de las normas. Las actitudes y creencias no se pueden normar, pero se pueden fomentar desarrollando una conciencia crítica en el sector turístico.

Y este aspecto atañe a todos los actores del turismo, que ya es un ecosistema muy grande y en el que todos juegan un papel:

- Autoridades locales, regionales y nacionales: al proponer normas a nivel local, regional y nacional, brindan lineamientos. Es bueno que estas reglas estén bien equilibradas con respecto a su viabilidad real para las empresas, por lo que es necesario un diálogo continuo con los representantes comerciales para su cumplimiento real de las reglas y la mejora de la sostenibilidad de las instalaciones de alojamiento. Por lo tanto, también es bueno llevar a cabo intervenciones de comunicación específicas que hagan que el conjunto de reglas que favorecen la transición verde sea fácilmente comprensible y operativo.
- Las empresas y grandes entidades representativas de empresas como Cámaras de Comercio, Federaciones, Sindicatos, que

pueden representar las necesidades del sector turístico pueden ofrecer una visión detallada de cuáles son las necesidades y capacidades reales del ecosistema turístico.

- Los trabajadores del turismo pueden proporcionar aportes muy interesantes sobre prácticas turísticas reales y formas de fomentar la sostenibilidad en la vida cotidiana.
- Los consumidores y las asociaciones de consumidores pueden proporcionar comentarios importantes a las empresas turísticas cuando no están en línea con los criterios de sostenibilidad, pero también educar a los consumidores para que comprendan el impacto ambiental real de ciertos procedimientos.
- Las escuelas de hostelería, todos los Institutos Profesionales y los Centros de Formación Profesional del sector turístico pueden proporcionar competencias clave en el campo de la sostenibilidad a la futura mano de obra turística.
- Los institutos que se ocupan de evaluar la calidad de las instalaciones de alojamiento

Por lo tanto, existen numerosos vacíos por llenar y la psicología de las decisiones juega un papel en cada uno de estos aspectos:

- Obstáculos de conocimiento: es necesario mejorar la alfabetización en temas de sostenibilidad; la población en general es incapaz de reconocer las diferencias entre los elementos que tienen o no un impacto en el medio ambiente. El personal puede no conocer los elementos de impacto real en el medio ambiente de las elecciones en el sector turístico o puede no conocer las normas, las Directivas europeas, etc.
- Barreras regulatorias: Es posible que las regulaciones no cubran todos los sectores de manera eficiente o que no cuenten con evaluaciones del impacto sobre las actitudes y los

comportamientos. El cumplimiento de la normativa sólo podía ser externo

- Barreras económicas: pueden existir opciones sostenibles pero demasiado costosas y por lo tanto no seleccionadas
- Obstáculos psicológicos: después de todos los obstáculos anteriores, los comportamientos a favor del medio ambiente son el resultado de un proceso de toma de decisiones basado en aspectos psicológicos específicos y las actitudes y creencias pueden impactar en cómo las personas realmente se comportan.

La lucha contra el cambio climático también se expresa enfatizando la importancia del factor humano y potenciando sus aspectos a todos los niveles: en la escuela, en la universidad, en la formación profesional de adultos y jóvenes y con campañas dirigidas a la población en general.

De acuerdo con el artículo científico “What drivers 'intention to implement green practices in hotels” (Chan et al., 2014), los tres componentes que facilitan la probabilidad de adopción de comportamientos verdes en los hoteles por parte del personal son la conciencia, la preocupación por el medio ambiente y comportamiento ecológico.

La “Gamificación del Turismo Inclusivo y Sostenible en la Educación Escolar” se basa precisamente en ello para hacer más inclusivos y sostenibles los establecimientos de alojamiento invirtiendo sobre todo en la futura mano de obra del sector de la hostelería y el turismo, es decir, alumnos de todos los colegios pertenecientes a las áreas. del turismo y sectores afines (Institutos Hoteleros, Institutos Profesionales de Turismo, Industria Agroalimentaria, Agricultura, etc.)

3. CÓMO PRETENDEMOS EVALUAR LA TOMA DE DECISIONES DE LOS ALUMNOS

Para conseguirlo, vamos a crear un juego educativo de gestión en el que los alumnos harán el papel de Director de Hotel y tendrán que gestionar todos los asuntos relevantes para la gestión de un hotel.

Los participantes estarán expuestos a una serie de situaciones problemáticas, dilemas y escenarios relevantes para los temas de sostenibilidad e inclusión en los hoteles.

El juego, por tanto, se estructurará en una simulación de un lapso de tiempo de 20 años y los problemas propuestos serán de dificultad creciente.

En referencia a los problemas propuestos, el alumno deberá tomar decisiones y se fomentarán decisiones sostenibles e integradoras.

El algoritmo de decisión del juego tendrá, por tanto, una doble función:

- fomentar decisiones inclusivas y sostenibles
- estudiar la toma de decisiones de los estudiantes sometidos a escenarios problemáticos sobre los temas de inclusión y sostenibilidad

Por lo tanto, el estudio de la toma de decisiones natural de los estudiantes se puede utilizar:

- para fines de investigación
- con el fin de comprender la forma en que los futuros actores del turismo toman decisiones espontáneamente cuando se ven sometidos a problemas críticos y dificultades en materia de inclusión y sostenibilidad

4. MODELOS DE TOMA DE DECISIONES Y EL CONCEPTO DE RACIONALIDAD LIMITADA

La psicología de la toma de decisiones se refiere al estudio de cómo las personas toman decisiones en cada área de su vida. De hecho, las decisiones pueden afectar a cualquier esfera. Este sector de la ciencia se ha centrado muy a menudo en las decisiones económicas, considerando que este sector despierta inmediatamente un gran interés en todos los actores económicos y empresas. Pero este no es el único sector de crucial importancia, por ejemplo, también es posible estudiar las decisiones tomadas en el contexto de los comportamientos de salud (adopción de tratamientos específicos, adherencia real a la terapia) u otras decisiones conductuales relacionadas con la asunción de riesgos (ej., tomar ciertas precauciones en el trabajo, sistemas de protección individual).

Cada uno de estos aspectos tiene una relevancia particular en el turismo porque:

- las decisiones que toman los turistas ciertamente tienen un valor económico
- las elecciones alimentarias de los turistas ciertamente tienen una implicación en los conceptos de salud y bienestar
- los comportamientos que afectan la salud de los trabajadores ciertamente tienen un impacto en la salud y son aún más cruciales para los empleados y los invitados
- los comportamientos a favor del medio ambiente tienen un impacto en la salud ambiental y también se refieren a aspectos éticos y morales.

La Psicología de la Toma de Decisiones sustenta hoy un modelo de racionalidad humana limitada. En otras palabras, a diferencia del pasado,

hoy se cree que si bien es una necesidad de todos elegir de la manera más conveniente posible, nuestra racionalidad tiene muchos límites: atento, cognitivo, de memoria, etc.

Por lo tanto, en cada decisión, en lugar de formular un análisis cuidadoso de costos y beneficios, elegimos atajos de pensamiento que hacen economía cognitiva.

El líder del enfoque de la racionalidad limitada es Herbert Simon, economista y ganador del Premio Nobel de Economía en 1955.

Antes del desarrollo y difusión de la teoría de Herbert Simon, muchos creían que el principal motivador de las decisiones económicas era la relación costo-beneficio: si algo cuesta poco y ofrece muchos beneficios, el consumidor lo comprará.

Sin embargo, muchas compras tienen una relación costo-beneficio absolutamente subjetiva.

Piense en organizar un viaje de vacaciones, para algunos, la habitación del hotel es el último de los lugares para pasar el tiempo: hay una cama cómoda, el lugar está limpio, está bien.

Para otros, hay criterios importantes, desea una comodidad considerable del lugar, el personal debe poder hablar en inglés para que se entienda bien. Para otros, el personal también deberá hablar su idioma nacional (por ejemplo, italiano), ya que es posible que no puedan comunicarse en inglés. Una persona con una discapacidad específica puede tener necesidades adicionales. Al igual que una persona con alergia al polvo, puede reaccionar de forma más negativa en una determinada condición ambiental.

Las mismas vacaciones y exactamente el mismo servicio son cosas completamente diferentes para diferentes clientes.

Los expertos de la “Gamificación del Turismo Inclusivo y Sostenible en la Educación Escolar”, queremos que los aspectos de la sostenibilidad

sean uno de los factores que los consumidores tendrán en cuenta como elemento de decisión.

Para garantizar que se alcancen los objetivos de sostenibilidad ambiental es necesario no solo que las instalaciones de alojamiento estén equipadas para optimizar su impacto ambiental, sino también que los huéspedes sean cada vez más sensibles a las cuestiones de sostenibilidad.

En esto, el operador turístico también juega un papel fundamental, ya que también tiene un factor educativo. Para que unas vacaciones sean verdaderamente atractivas, el operador turístico debe educar al cliente sobre el valor de su oferta.

Es posible que un cliente no sea capaz de reconocer que el tomate que utilizaste para preparar la pasta es de origen local y de kilómetro cero si no se lo cuentas y explicas sus peculiaridades.

Así como un cliente puede no saber que una determinada elaboración o el origen de un vino puede cumplir con ciertos requisitos de sostenibilidad y tener beneficios específicos.

Difícilmente un cliente conoce realmente en detalle el significado de "ingrediente orgánico" o "vino biodinámico".

Las empresas turísticas, al mismo tiempo que dan valor a sus ofertas, pueden educar al cliente sobre el valor de su oferta. La mejora de la oferta debe seguir el camino de la sostenibilidad.

Puede parecer un tema abstracto o difícil de discutir, en verdad solo necesitas entender la clave.

Vivir en lugares saludables y comer alimentos sostenibles es bueno para la salud. Cada uno de nosotros quiere estar sano, por lo que esta es una excelente clave para motivar a las personas a tomar decisiones sostenibles en el turismo.

Lo mismo podría decirse de todas aquellas técnicas encaminadas a

fomentar la elección saludable de los clientes. Se puede promover la comida saludable, pero no debe adoptar un tono "médico" al hacerlo.

Nadie en vacaciones quiere sentirse en un "contexto clínico" o pensar en temas extremadamente serios, pero cada uno de nosotros quiere preservarse y contribuir a la sustentabilidad ambiental es una de esas formas. Por tanto, para favorecer actitudes y comportamientos sostenibles debemos definirlos y esto también se puede hacer a nivel psicológico.

5. QUÉ ES UNA ACTITUD

En un marco cognitivista, la actitud es la asociación mental entre un objeto y su evaluación. La actitud, en psicología, por lo tanto, no es una forma de hacer las cosas, sino una forma de pensar. Esta evaluación puede ser positiva, negativa, neutra, más o menos articulada. Además, el objeto no es necesariamente un objeto físico. De hecho, puede ser un comportamiento, un objeto social.

En otras palabras, la actitud es la respuesta a la pregunta "¿qué piensas de X?" o "¿cómo evalúa X?"

Entonces el presupuesto de esta pregunta es conocer el objeto de la actitud. Sin embargo, la alfabetización hacia los temas de sostenibilidad podría ser mínima.

Una persona puede no tener una opinión o conocimiento sobre el impacto de ciertas elecciones de alimentos en las instalaciones de alojamiento y, por lo tanto, puede no ser capaz de utilizar este conocimiento de manera estratégica.

Las instalaciones de alojamiento pueden educar sobre esto mientras ofrecen sus servicios. Solo necesitamos encontrar la clave correcta para fomentar decisiones sostenibles.

En los siguientes párrafos vemos algunas estrategias para favorecer

elecciones sostenibles.

6. INGENIERÍA DEL MENÚ PARA LA SOSTENIBILIDAD

La ingeniería de menús es una técnica aplicada a la creación de menús con el propósito de incentivar ciertas elecciones en el consumidor. Al disponer los estímulos, textos, contenidos, precios del menú, se hacen más evidentes las opciones del menú que se quiere privilegiar.

Clásicamente, esta técnica se aplica para favorecer el máximo beneficio (por tanto, no sólo a un mayor precio medio por cliente sino precisamente a lo que hace que la empresa obtenga mayores ingresos; por ejemplo, favoreciendo aquellos preparados que tienen bajos costes de producción y alto margen).

Es importante asegurar y mejorar que su instalación de alojamiento tenga el valor económico adecuado, de lo contrario, el negocio no sería sostenible a nivel financiero.

Al mismo tiempo, las técnicas de la ingeniería de menús pueden utilizarse para favorecer elecciones saludables y sostenibles, para ello se pueden utilizar los mismos métodos aplicados en la ingeniería de menús clásica, con algunas precauciones.

Mientras tanto, podemos empezar a decir que los pilares del Menú de Ingeniería requieren de una gran variedad de saberes:

- estudiar el factor humano: la psicología general y la psicología de la toma de decisiones son algunas de las ciencias que estudian la ingeniería del menú. Saber que la disposición de los estímulos en el espacio puede favorecer ciertas elecciones es un elemento ligado a la percepción que es un tema analizado por la psicología general

- estadísticas: las hipótesis se formulan en el menú de ingeniería, generalmente vinculadas a cuáles serán las opciones preferidas, sin embargo, estas hipótesis deben estudiarse y verificarse individualmente para comprender su corrección
- gráficos: la elección de los elementos visuales puede favorecer determinadas elecciones alimentarias ecológicas o reducir la probabilidad de compra

Lo primero que hay que hacer para determinar un menú es preparar una amplia variedad de opciones sostenibles para que sigan siendo la elección principal en cualquier caso. Siempre se debe reconocer, de hecho, que la sostenibilidad no es el único criterio para crear un menú, y también hay otra serie de principios a considerar:

1. La variabilidad debe ser satisfecha, a los huéspedes que se quedan por un largo período puede que no les guste encontrar siempre los mismos platos. Por lo tanto, la lista también podría ser corta para evitar el desperdicio de ingredientes y reducir el desperdicio de alimentos, pero no podemos esperar que esta lista corta sea la misma durante días.
2. La variabilidad también debe garantizar que el menú sea inclusivo (por ejemplo, evitar la carne de cerdo para aquellos que no la comen por motivos religiosos, ofrecer la variabilidad adecuada para evitar ciertos alérgenos, garantizar opciones veganas o vegetarianas, etc.)

Si la mayoría de las opciones son sostenibles a nivel ambiental, las estadísticas solo pueden estar de nuestro lado. Sin embargo, estos elementos también deben ser equilibrados y razonables para garantizar la sostenibilidad económica de un menú. Sin embargo, siempre debemos recordar que sin sustentabilidad económica no existe el negocio y si no existe no podemos lograr la misión de educar a los clientes sobre la sustentabilidad a través del turismo.

7. EL EFECTO PRIMACIA PARA LA SOSTENIBILIDAD

El efecto de primacía es un efecto de memoria clásico, conocido en psicología desde el siglo XIX. Recordamos los primeros elementos de una lista más fácilmente que los últimos.

Esto, por supuesto, se refiere directamente a la forma en que creamos los menús. Además, todos estamos educados para leer un texto desde el principio.

Puede hacer un uso estratégico del primer elemento de la lista de varias maneras. Una forma clásica de usar el efecto de primacía es colocar una opción de comida absolutamente económica con un buen margen como el primer elemento de la lista.

Si el cliente lee primero este elemento, tenderá a sobrestimar el beneficio de las opciones en general si se compara con el costo económico.

También debemos considerar que los elementos más leídos de una lista crean una especie de referencia que se utilizará para hacer comparaciones. Este efecto se llama "anclaje" en psicología.

Una pizza de 11 euros te parecerá cara si el ancla de referencia es de 3,5 euros. La misma pizza a 11 euros aparecerá barata en un lugar donde el fondeo es de 13 € o en un contexto donde un plato principal se vende de media a 25 €. Esto sucede porque los primeros elementos de una lista se consideran como una especie de punto de referencia mental.

Esta lógica es especialmente cierta para los menús a la carta, ya sea que se refieran a platos o servicios ofrecidos por un hotel (por ejemplo, puede aplicar procesos similares a una serie de tratamientos de SPA).

En los hoteles, sin embargo, también existen fórmulas de pensión completa que, por tanto, no tienen cotización. La fórmula del todo incluido muchas veces también incluye bebidas y el cliente se encuentra eligiendo entre 4 opciones por plato, sin que el ancla esté referida a un precio porque no lo hay.

En este caso, todavía se puede elegir el primer artículo de la lista entre los más sostenibles para favorecer su selección.

8. MEMORIA ASOCIATIVA Y MARIDAJE SOSTENIBLE

Nuestra memoria funciona por asociaciones, esto es particularmente crucial en la cocina, donde las combinaciones o la secuencia de los platos se elige en base a una lógica de sabores. Mediante una sabia elaboración del menú o estrategias podemos favorecer elecciones sostenibles en base a los maridajes sugeridos. Por ejemplo, seleccionar un plato de pescado como primer plato tiende a recordar un pescado o verduras como segundo. Si la primera opción es saludable/sostenible, tenderemos a asociar otras opciones saludables y sostenibles como opciones. Una persona que presta especial atención a la primera opción tenderá a elegir constantemente una segunda opción en la misma dirección.

Esta memoria asociativa se puede activar de varias formas:

- Proponiendo un plato principal o un aperitivo que recuerde elementos saludables y sostenibles, esto también tenderá a orientar futuras elecciones en la misma dirección.
- Explicando algunas sugerencias de maridaje en el menú. Por ejemplo, se podría asociar un plato sostenible con vinos biodinámicos. Explicarlo como una posible combinación lleva al cliente a preguntarse qué es un vino biodinámico, a tener información detallada del camarero y por lo tanto a elegirlo. Siempre debemos recordar que es necesario brindarle un

motivo de compra, explicándole conceptos y educándolo sobre el valor de la oferta.

- Creando una secuencia sostenible: por ejemplo, una degustación basada completamente en cocina sostenible o verde
- Mediante la creación de una página ad hoc solo para opciones sostenibles, de tal forma que oriente la atención de los usuarios seleccionados en opciones de este tipo (p. ej., “cocteles sostenibles”, “menús km cero”, etc.)

Sin embargo, la importancia de saturar el menú con opciones sostenibles es importante, como lo demuestra una investigación de Parkin y Attwood (2020) llamada "Enfoques de diseño de menús para promover opciones de alimentos vegetarianos sostenibles al cenar". En este estudio, los investigadores querían evaluar qué factores del diseño del menú podrían afectar la elección de alimentos vegetarianos. Las variables consideradas fueron las siguientes:

- Nivel de saturación del menú, al comparar menús que tenían 25, 50 o 75 % de opciones vegetarianas en el menu
- La presencia del símbolo V para indicar la opción vegetariana en las opciones específicas de alimentos veganos

La investigación se centró en personas no vegetarianas para comprender cómo estos factores podrían hacer que se inclinaran hacia una opción vegetariana, aunque esta no fuera su elección de alimentos.

La investigación ya había demostrado que si bien el símbolo "V" puede ser un criterio que facilite la elección de los vegetarianos porque resume en muy poco tiempo que los ingredientes animales están completamente ausentes en esa preparación dada, podrían tener un impacto negativo en los clientes que comen carne porque actúa sólo como un filtro de exclusión.

En este estudio se encontró que el impacto real en los no vegetarianos estaba dado por la saturación del menú en un 75%. Solo en este caso surgieron diferencias significativas en la preponderancia de clientes carnívoros para seleccionar platos vegetarianos con más frecuencia.

Se propuso el símbolo V a la izquierda o a la derecha del texto en diferentes condiciones experimentales para entender si esto tenía algún tipo de efecto, pero no se encontró ningún efecto estadístico significativo.

Incluso la saturación del 50 % no condujo a un aumento de las opciones vegetarianas para los clientes no vegetarianos. Este estudio demuestra la importancia de saturar el menú con las opciones de la dirección que se quiere fomentar.

Por lo tanto, es necesario saber que la descripción de un plato como vegetariano a veces puede representar un filtro negativo para aquellos que no comen vegetariano y, por lo tanto, en última instancia, reducir la posibilidad de elección, como lo muestran algunas investigaciones (Bacon & Krpan, 2018; Krpan & Houtsma, 2020). En algunos de estos estudios, se compararon diferentes tipos de encuadres versus alimentos saludables comparando descripciones vegetarianas, sostenibles, sociales y sin descripción. La descripción de comida vegetariana fue la que con mayor frecuencia llevó a no elegir alimentos en estudios previos. No todos los estudios demuestran claramente un filtro para la exclusión de opciones alimentarias cuando se trata de comida vegetariana, pero está claro que aquellos que apuntan a favorecer opciones alimentarias veganas y sostenibles deben cuestionarse críticamente cuáles son las mejores estrategias para favorecer su elección entre los consumidores.

9. ESTRATEGIAS DE INGENIERÍA DE MENÚS PARA ALIMENTACIÓN VEGETARIANA Y SOSTENIBLE

Hay muchas maneras de subrayar una determinada elección de alimentos y se pueden aplicar a las opciones que desea favorecer, como:

- Dedicar una sección en particular (por ejemplo, una página dedicada a la alimentación ecológica, sostenible, ética, etc.);
- Agregar una "Recomendación del chef". Claramente, esto solo debe agregarse a las opciones de cierto tipo;
- Añadir un elemento descriptivo. Por ejemplo, cierto tipo de plato puede tener un descriptor particular o algunas líneas adicionales de explicación. Está claro que esta estrategia debe limitarse a unos pocos platos para destacar en atención frente a los demás. Agregar descriptores a todas las opciones solo saturaría la atención del consumidor.

10. LA PSICOLINGÜÍSTICA DE LOS MENÚS

La psicolingüística es crucial para crear un menú exitoso. Las palabras clave que utilizamos para favorecer elecciones sostenibles son muy importantes porque actúan sobre nuestra memoria asociativa.

Cada palabra que incluimos en el menú no es solo una palabra sino que activa toda una serie de asociaciones mentales. Es sobre estos sobre los que debemos jugar para fomentar elecciones sostenibles. Nuestro menú difícilmente puede decirlo todo en poco tiempo, también porque el tiempo es limitado, las energías del cliente son limitadas, el deseo de aprender nuevos aspectos, en vacaciones, podría ser muy limitado.

Por ello, debemos preguntarnos qué palabras utilizar para promover la alimentación sostenible.

Por ejemplo, muy a menudo, para entendernos, se utiliza la palabra “residuos” para hablar de aquellas partes del ingrediente que no se suelen utilizar. Claramente, esta palabra no evoca nada bueno, incluso si es cierta en algún sentido.

Y entonces, ¿quién decide qué es un desperdicio y qué no? Además, si decides incluir ese ingrediente en la receta, técnicamente no es un desperdicio sino que es parte integral de la receta. Lo que muchas personas consideran "residuos" a menudo es comestible, a veces incluso saludable.

Nadie suele utilizar la piel de castaña en sus preparaciones. Sin embargo, esto se puede utilizar de varias maneras. Por ejemplo, puede usarse para preparación ahumada (para comida o incluso bebida), puede asumir un papel ornamental (por ejemplo, helado de castaña en su propia piel) o incluso puede destilarse y dar valor agregado a una preparación.

¿Qué propiedades tiene la piel de castaña? Es necesario saber esto para motivar aún más las elecciones sostenibles. Para asegurar la sostenibilidad económica y preservar la percepción social del hotel, el cliente nunca debe deducir que “el hotel está proponiendo comida que normalmente se considera un desperdicio”, sino que siempre debe encontrar una razón particular en la mente del cliente. Por ejemplo, pocas personas saben que la cáscara de castaña se puede utilizar para preparaciones cosméticas. ¿Qué les impide generar cooperación entre departamentos y reutilizar la cáscara de castaña por razones cosméticas? Sería un servicio especialmente personalizado porque pueden representar el elemento central de una mascarilla capilar, una crema cosmética facial. Además, es especialmente eficaz en términos de sostenibilidad económica ya que genera exclusividad absoluta. Esa máscara facial en particular fue producida directamente por el hotel, con castañas locales y se convierte en una pequeña parte del cliente.

Por lo tanto, ha llegado el momento de mejorar la sostenibilidad mediante el uso de palabras clave que puedan subrayar sus aspectos de una manera atractiva.

Por ejemplo, en lugar de usar palabras verdaderas pero inapropiadas como "residuos", "partes del ingrediente que no se usan" (recuerde, nadie ha decidido que no se usen) o términos moralistas que suelen rechazarse en días festivos. donde esencialmente la persona no quiere abordar problemas críticos, tratamos de subrayar el valor de usar ese "desperdicio" en particular de diferentes maneras, por ejemplo:

- Destaque las propiedades de aquella parte del ingrediente que no se utiliza
- Enfatice la creatividad de usar esa parte del ingrediente de esa manera
- Subraye el origen del ingrediente y haga referencia a lugares cercanos o use las palabras cero km

11. EL MENÚ DIGITAL: POR QUÉ ES TAN IMPORTANTE

La pandemia del Covid-19 ha fomentado ampliamente el uso de los menús digitales, la necesidad de evitar al máximo el contacto con objetos físicos ha llevado a muchos alojamientos y restaurantes a adoptar la fórmula del menú digital. Esto tiene indudables ventajas de sostenibilidad pero no solo:

- Evitar el contacto físico con el menú y fuentes de contagio
- Cuando se trata de menús del día, evite la impresión continua de menús y el consumo de papel

- En cuanto a los menús a la carta, se presenta el mismo problema ya que el menú estable debe ser higienizado cada vez y en algunas producciones el procedimiento es complejo o difícil de aplicar.

Así que ciertamente hay razones higiénicas y de sostenibilidad que facilita el menú digital. Algunas empresas todavía luchan por aceptar esta transformación digital, temen la familiarización de los usuarios con menos habilidades digitales, pero de hecho hay muchas soluciones para promover la difusión de un menú y su uso incluso para aquellos que no están familiarizados con los teléfonos móviles. Por ejemplo, es posible utilizar, previo consentimiento, sistemas de mensajería instantánea para enviar directamente un pdf con el menú o el enlace al menú digital, si el código QR es difícil de encuadrar o hay problemas con el teléfono móvil u otros. condiciones (ej., usuario que olvida su teléfono móvil en la habitación).

Pero el menú digital tiene muchos beneficios adicionales que pueden ayudarlo con la ingeniería del menú.

In fact, a digital menu allows you to:

- Orientación de procesos atencionales. El menú de papel, además de ser menos sostenible, tiene muchas otras limitaciones. Sin duda, empeora los procesos de atención, ya que se puede navegar de innumerables maneras, podría estar demasiado cargado de información o ser demasiado largo. El menú digital permite orientar mejor la atención del cliente, por ejemplo, reportando 4 opciones por página (entradas, primeros, segundos, guarniciones, postres)
- El menú digital le permite hacer un uso más creativo de las presentaciones de los platos, p. al mejorar ciertas opciones con elementos de video.
- El menú digital permite eliminar preparaciones fuera de stock,

incluso durante el servicio. Esto puede ocurrir más a menudo en el caso de preparados sostenibles.

- El menú digital le permite hacer un uso experimental de la ingeniería de menús con mayor frecuencia proponiendo títulos alternativos de los mismos platos y evaluando qué modo funciona mejor

Veamos cada uno de estos pasos técnicos en detalle y luego comprendamos cómo mejorar estos elementos.

12. ATTENTIONAL PROCESSES IN THE MENU ENGINEERING

Atención y decisión son elementos que van de la mano. Para que se tome una decisión, en nuestro caso, comprar una opción sustentable, necesitamos orientar la atención del cliente de manera fructífera.

El menú de papel solo guía parcialmente el proceso porque:

- no se puede personalizar según el comportamiento del usuario;
- no tiene una secuencia, una persona puede leerlo de cualquier manera, saltarse partes enteras, no entenderlas.

El menú digital, por otro lado, se puede programar exactamente como se programa una aplicación y, por lo tanto, puede ser mucho más interactivo que un menú en papel, mostrando opciones específicas solo si se seleccionan ciertos platos o no.

Puede parecer una sutileza pero no lo es. En psicología de la toma de decisiones hablamos de un “dilema de demasiadas opciones” para explicar un proceso común y transversal en la toma de decisiones. En una línea puramente lógico-racional, cada uno de nosotros sería llevado a pensar que tener muchas opciones de elección nos permite elegir más libre y ampliamente. Si tengo que comprar un helado y tengo 200 sabores

posibles, sería fácil encontrar mi mejor opción personal. Si quiero helado de maracuyá, lo encuentro. Pero la investigación experimental parece contradecir esta intuición, porque si por un lado es cierto que 200 opciones personalizan mejor que 7 opciones, la carga cognitiva de seleccionar entre 200 alternativas diferentes muchas veces lleva a las personas a no elegir, y luego a no comprar.

Por las mismas razones, un menú demasiado cargado de información lleva a la persona a elegir opciones menos probables.

Ahora imagina que quieres construir un menú en papel que utilice el maridaje entre ciertos platos y vinos orgánicos. Lo más probable es que te encuentres con una gran cantidad de información que desorientaría al cliente.

Un menú digital, por otro lado, puede guiar estos procesos al concentrar **esencialmente la atención**. Por ejemplo, puede programar el maridaje de vinos automáticamente y mostrar el vino maridado solo al final del pedido de comida, o solo si selecciona un plato específico. Al presentar una información a la vez, se gestionará mejor la atención del cliente y también se optimizará la decisión del cliente.

No hay un vino específico, ¿hay algún problema con un solo ingrediente? Puede editarlo en vivo y evitar enviar opciones que no están disponibles para el cliente, evitando así el arrepentimiento en el cliente.

El arrepentimiento juega un papel muy particular en la toma de decisiones y, a menudo, se equilibra en las estrategias de marketing. Muchas casas de moda de lujo también muestran artículos que no están disponibles en su comercio electrónico, porque estos pueden generar el deseo de volver al mismo comercio electrónico para verificar su presencia real. O solo se muestra la disponibilidad para algunas tallas. Es muy difícil pensar que los gigantes de la moda no tengan la capacidad de producción suficiente para que sus productos estén **siempre disponibles**. Es más fácil pensar que esta estrategia sirve para estimular la sensación de exclusividad y escasez de un determinado activo, favoreciendo así su valor

percibido.

Mostrar un plato que no está disponible puede generar el deseo de volver a probarlo o de volver a un lugar determinado. Claramente, sin embargo, si esto resulta ser una característica predominante, sin duda sería un problema (por ejemplo, mostrar un menú con 10 opciones, 5 de las cuales no están disponibles).

Un menú puede permitirte mostrar o no los precios de lo que selecciones. Por ejemplo, si la cena fue abiertamente un regalo de una de las partes o se ofreció de alguna manera, podría ser menos elegante mostrar los precios de lo que pide, como si fuera un regalo, al no mostrar el precio del artículo. Esto se puede cambiar en un menú digital. Sin embargo, es muy importante que este procedimiento no esté influenciado por el género. Un restaurante italiano que ofrecía menús con precios solo para hombres siguiendo una regla que implícitamente implica algunas reglas implícitas (p. ej., "el hombre tiene que pagar") ha suscitado el debate en los medios generales sobre la comunicación con sesgo de género en los hoteles.

Sin embargo, asegurarse de que el menú no muestre precios podría ser un gesto de personalización hacia todas aquellas situaciones en las que un comensal quiere ofrecer una cena o comida a otro (sea del género de las personas) y quiere que no se centre en lo económico. valor del regalo.

13. USO EXPERIMENTAL DE MENÚS DIGITALES

¿Qué palabras usar en el menú? Podríamos y deberíamos responder de la siguiente manera: mediante el uso creativo y la estrategia en la selección de las mejores palabras que promuevan ese plato, su valor y su exclusividad. Estos factores favorecen la elección de los platos de la carta.

Sin embargo, también es cierto que este conocimiento se desarrolla con un enfoque muchas veces intuitivo, cuya eficacia es difícil de medir. Después de todo, cuando eliges nombrar un plato de cierta manera, nunca

sabes si una forma diferente hubiera sido más o menos atractiva. Para hacer esto, necesita un procedimiento experimental para probarlo.

Esta tarea ni siquiera se puede realizar en diferentes momentos, ya que los análisis estadísticos tendrían problemas de validez. No se puede comparar el número de ventas de un plato en un día frente a otro. Es posible que tengas un número total de clientes diferente, clientes con diferentes necesidades e incluso otra estacionalidad.

El menú digital te permite hacer pruebas A/B. El test A/B es una técnica estadística muy avanzada que te permite probar diferentes títulos y presets de un mismo producto al mismo tiempo. Esto se puede proponer sistemáticamente en los menús. Por ejemplo, podríamos preguntarnos si es más efectivo presentar un plato como "pescado fresco" o como "pescado recién pescado".

Cada uno de nosotros podría poner sus propios argumentos al respecto, pero la única respuesta real y efectiva sobre la elección del descriptor puede hacerse probando ambas palabras al mismo tiempo, presentando una redacción al 50% de los clientes y otra redacción al otro 50% de los clientes. Midiendo las probabilidades de elección por parte de los clientes sometidos a un mismo plato con diferentes redacciones. De esta forma es posible estimar si un adjetivo u otro produce mayor probabilidad de elección. Y luego use la palabra que genera más opciones la próxima vez.

Para poder aplicar esta técnica debes tener en cuenta los siguientes aspectos:

- debe aplicar ambos títulos con motivo del mismo evento/día
- tenga en cuenta que para estar seguro hay que presentar el menú a muchas personas; 20 clientes dan una certeza menor que 100 o 200, porque en los 20 clientes podría haber factores intervinientes y aleatorios más probables (por ejemplo, clientes que no eligen un plato debido a alergias o restricciones

alimentarias)

- ambos menús elegidos deben decir la verdad y cumplir con las normas de comunicación alimentaria

Entonces el esfuerzo es el doble pero los resultados pueden ser mejores y pueden automatizar el proceso de recopilación de información.

Para asegurarse de que se analizan las diferencias reales entre los títulos, es recomendable aplicar una prueba estadística llamada t-test que permite comprobar si las diferencias encontradas entre los dos títulos son estadísticamente significativas (por ejemplo, si el título A se eligió en 52 % de casos y el otro para 48% de casos, probablemente esa diferencia esté determinada por factores aleatorios).

De esta manera, también puede probar qué facilita las elecciones sostenibles. Por supuesto, la primera opción sería aumentar la sostenibilidad general de todo el menú, pero siempre debemos recordar que existe algún tipo de regla. Por ejemplo, algunos alimentos para el desayuno de las personas que no pueden comer gluten deben almacenarse de la manera más segura posible. Por tanto, se hace inevitable que estos tengan un packaging que no sea realmente sostenible (packaging único, etc.), pero al mismo tiempo hay que decidir si ser verdaderamente inclusivos y permitir el desayuno a todo el mundo o no ofrecer este servicio. Del mismo modo, un hotel debe preguntarse qué tan sostenible puede ser y cuánto garantizar otros aspectos: variedad de la oferta, inclusividad de la oferta, presencia de opciones para todos, número de opciones.

14. MODELOS PERSUASIVOS PARA LA ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE

Una investigación de Cozzio, Volgger, Tapline y Woodside (2020) ha estudiado diferentes tipos de mensajes persuasivos para favorecer la elección de alimentos sostenibles y ha encontrado algo especialmente

interesante en cuanto a las formas de elegir alimentos sostenibles.

En esta investigación llamada "Fomentar el consumo ético de alimentos de los turistas: probar las fortalezas persuasivas de mensajes alternativos en un entorno hotelero natural", el objetivo era comprender qué mensajes eran más efectivos para promover elecciones de alimentos sostenibles en un contexto natural del hotel.

Me parece muy importante que este tipo de investigación se lleve a cabo en contextos naturales y realistas, la investigación experimental por lo general no logra reproducir contextos de la vida real, aunque sigue siendo muy eficaz para mantener bajo control las variables que intervienen.

La investigación de Cozzio y sus colegas propone el mismo objetivo: consumir alimentos éticos y sostenibles. Fueron los mensajes los que cambiaron y la estrategia de propuesta. En particular, las estrategias utilizadas se enfocaron alternativamente en los siguientes temas.

Apelaciones de información: la suposición era dar información que no estaba inmediatamente disponible para el cliente para motivarlo

- enfatizar el origen local de los ingredientes;
- resaltar el origen biológico de los ingredientes;
- describir los elementos de la producción sostenible.

Apelaciones experienciales, es decir, describir los elementos sensoriales, visuales y emocionales.

Apelaciones normativas o uso de normas implícitas para favorecer la elección (es decir, referidas a todos los elementos moralizantes de la alimentación ética y sostenible).

Este estudio reveló que de los tres tipos de estrategias persuasivas, fueron las experienciales las que produjeron los mejores efectos

persuasivos.

15. PRÁCTICAS VERDES EN LOS RESULTADOS DE LA EMPRESA

Muchos estudios han demostrado que la sostenibilidad ambiental y económica pueden ir de la mano.

Por ejemplo, el estudio "La influencia de las prácticas ecológicas de los hoteles no ecológicos en la satisfacción y lealtad del cliente en las industrias hotelera y turística" (Yusnita et al., 2017) mostró que las prácticas ecológicas no solo aumentan la satisfacción del cliente sino también la lealtad del cliente. Y estos son claros predictores de los resultados económicos.

Las percepciones de las prácticas verdes son positivas y bien vistas por los clientes, declara un estudio cualitativo de Sungpo, Xu, Tun Min (2016) llamado "Percepción de los huéspedes del hotel sobre las mejores prácticas verdes: un análisis de contenido de las reseñas en línea", este tipo de análisis Consideró 7370 comentarios de Tripadvisor y extrajo todo el contenido sobre temas de sostenibilidad. Los resultados son positivos, los clientes perciben una gran parte de las prácticas verdes como un elemento sincero para promover la sostenibilidad y mejorar el medio ambiente que nos rodea (p. fomentar la sostenibilidad y los sistemas de aislamiento de cubiertas).

FUENTES

- Bacon, L., & Krpan, D., (2018). (Not) Eating for the environment: the impact of restaurant menu design on vegetarian food choice. *Appetite*, 125, pp. 190-200.
- Chan, ESW, Hon, AHY, Chan, W., Okumus, F. (2014). What drives

employees' intentions to implement green practice in hotels? The role of knowledge, awareness, concern and ecological behavior in *International Journal of Hospitality Management*, vol. 40, pp. 20-28.

- Cozzio , C., Volgger , M., Taplin, R., Woodside, A. (2020). Nurturing tourists' ethical food consumption. Testing the persuasive strengths of alternatives messages in a natural hotel setting. *Journal of Business Research*, vol. 117, pp. 268-279.
- Krpan , D., & Houtsma , N. (2020). To veg or not to veg? The impact of framing on vegetarian food choice. *Journal of Environmental Psychology*, 67, 101391.
- Parkin, B., Attwood, S., (2020) Menu design approaches to promote sustainable vegetarian food choices when dining.
- Sungpo , Y., Xu , L., Tun-Min, CJ (2016). Hotel guests' perception of best green practices: A content analysis online reviews in *Tourism and Hospitality Research* , vol. 18 issue 2, pp. 191-202.
- Yusnita , Y., Zainudin , A., Kamarzaman , J., Yahaya , I. (2017). The influence of green practices by non-green hotels and tourism industries. *International Journal of Green Economics*, vol. 11, n.1.

ACERCA DE

Igor Vitale International srls (IVI srl) es una PYME y empresa de formación ubicada en Foggia, Italia.

IVI srl tiene el objetivo de promover la educación y la formación a través de cursos dedicados en el sector de la educación escolar, educación superior, educación y formación profesional, educación de adultos, educación de jóvenes.

IVI srl se centra en la promoción de la inclusión social, las prácticas justas de responsabilidad social empresarial, la valorización mejorada de las herramientas psicológicas y la aplicación en todos los niveles.

Las competencias de los expertos de IVI srl incluyen:

- Psicología aplicada: los expertos de IVI srl son psicólogos titulados con amplia experiencia en varios campos de intervención, entre ellos: psicología clínica, psicología del arte, psicología del trabajo y de las organizaciones, psicología social, psicología del turismo y psicología forense.
- Psicometría e investigación: los expertos de IVI srl tienen competencias en la creación de herramientas de psicometría y cuestionarios para la evaluación psicológica, encuestas, cuestionarios para la medición de actitudes y análisis del comportamiento. Los miembros de IVI srls tienen competencias en estadística aplicada e investigación, necesarias para la correcta elaboración de informes y análisis de datos.
- Creación de Contenidos Digitales: los expertos de IVI srl son expertos en la creación de contenidos digitales, pudiendo programar sitios web, campañas de correo electrónico a través de autorespondedores, campañas de redes sociales, redacción de textos publicitarios en línea y gráficos. El fundador de IVI srl ha creado un sitio web con más de 1 millón de visitas/año, 24 contenidos digitales gratuitos para descargar con fines educativos y una campaña de correo electrónico con más de 54000 personas. Los expertos de IVI srl son capaces de crear Web Apps Educativas, compatibles con Android.
- Realización de videos y fotografía: los expertos de IVI srl tienen competencias en el campo de la producción de videos y otros materiales, incluida la fotografía, las artes, la creación de videos, la creación de audio profesional con fines educativos
- Responsabilidad Social Corporativa: la misión de IVI srl es promover la responsabilidad social en el ámbito laboral y organizacional
- Organización e implementación de Cursos de Capacitación y Congresos Internacionales: IVI srls incluye expertos especializados en la creación de cursos de capacitación y educación no formal teniendo en cuenta todos los niveles de creación de cursos: análisis de necesidades, organización, implementación, informes y optimización

IVI srl puede garantizar un impacto adecuado de la difusión de los materiales del proyecto a través de canales en línea, incluidos los siguientes recursos:

- 1 sitio web del fundador, con 1 millón de visitas/año
- 1 sistema de automatización de correo electrónico con más de 54000 suscriptores interesados en educación
- 1 página de Facebook dedicada a la psicología (“Psicologia”) con más de 36000 seguidores
- 1 Página de Youtube “Igor Vitale”, con más de 14500 suscriptores y 2 millones de visualizaciones

Estos recursos se utilizarán para promover la difusión del contenido y los materiales del proyecto a los miembros relevantes de los grupos objetivo y para llegar a un número relevante de organizaciones externas para que se involucren en la explotación y valorización de los materiales del proyecto.



4. Cómo promover actividades turísticas inclusivas

Liceul Tehnologic de Turism Calimanesti

1. INTRODUCCIÓN

Proteger y preservar el medio ambiente es un problema global para la humanidad en la actualidad. El progreso técnico trae consigo, junto con muchos beneficios para la humanidad, una multitud de privaciones, así como una multitud de sustancias, denominadas "contaminantes", que amenazan con destruir el medio ambiente.

El desarrollo turístico, la protección de la naturaleza, sus recursos naturales, la diversidad biológica y las estructuras ecológicas que la definen, es un asunto de interés nacional.

La planificación turística es un proceso interdisciplinario que involucra economía, organización turística, ecología, ciencias naturales, arquitectura, geografía, psicología y sociología, y requiere estudios detallados del área y una evaluación del impacto del turismo en el medio ambiente.

El desarrollo industrial y turístico extranacional da lugar a fenómenos inesperados y demuestra que el medio ambiente ya no puede absorber la multitud de desechos resultantes de diversas actividades humanas. El contaminante puede ser una sustancia sólida, líquida, gaseosa o en forma de energía (radiaciones electromagnéticas, ionizantes, térmicas, sonoras o vibratorias) que, al dispersarse en el medio ambiente, altera su equilibrio y provoca daños a los organismos vivos o a los bienes materiales.

El impacto directo de los contaminantes liberados a la atmósfera por una fuente ocurre en una proximidad relativamente cercana a la fuente, en distancias que van desde decenas de metros hasta cientos de kilómetros, dependiendo de la fuerza de emisión de la fuente. Cuando la fuente se encuentra en una zona urbana densamente poblada, el factor más importante expuesto a la acción directa de los contaminantes es el factor humano, que los recoge de la atmósfera por inhalación.

Las partículas de los depósitos de carbón y los depósitos de escoria y ceniza también pueden contribuir a la contaminación del aire. Al soplar

partículas con vientos fuertes, la atmósfera se carga de partículas sedimentables y suspendidas, el nivel freático se ve afectado y, como resultado, la calidad del agua disminuye, la vegetación, los bosques son dañados por la deforestación ilegal y descontrolada, que no le da suficiente a la naturaleza. tiempo para reconstruir, la fauna también se ve afectada por la alteración directa de su entorno de vida, incluida la fauna acuática debido al consumo de agua en la agricultura y el uso de pesticidas, con implicaciones directas para el medio ambiente, sobre el suelo, al aumentar la temperatura del agua de los Mures río, río abajo, en verano alrededor de 3÷7 (C. Los desastres naturales que han golpeado al mundo recientemente son una advertencia dramática para las personas que viven en conflicto con su medio ambiente. Imágenes de televisión de áreas destruidas por inundaciones y tormentas, e imágenes de innumerables Las ciudades y pueblos inundados o simplemente arrasados por otras emergencias hacen que los turistas se lo piensen dos veces en su búsqueda de destinos seguros y pacíficos.

Los huracanes, tornados, incendios e inundaciones son fenómenos naturales que tienen un impacto devastador en las comunidades y las áreas en las que viven. Para algunas comunidades, la única solución en tales situaciones es reubicarse, es decir, mudarse permanentemente de su ubicación actual, lejos de las llanuras aluviales, lejos de las amenazas de la naturaleza. Para otros, el desarrollo sostenible significa limitar el número de nuevos edificios, especialmente en áreas vulnerables, levantar estructuras para reducir el riesgo de inundaciones o construir edificios más fuertes y resistentes que tengan menos riesgo. Una cosa es cierta: se necesitan con urgencia medidas para reducir las pérdidas futuras.

En los últimos años, todos los países han experimentado la degradación ambiental resultante del uso ineficiente y descontrolado de la energía y el desarrollo industrial y han introducido leyes para proteger el medio ambiente. Con el tiempo, la necesidad de controlar y prevenir la contaminación se ha vuelto más apremiante. En Rumania, esto también está claramente estipulado en los principios y estrategias de desarrollo establecidos en el Capítulo 1 de la Ley 137/1995 - Ley de Protección

Ambiental.

2. TURISMO Y CALIDAD AMBIENTAL

2.3. Impacto ambiental en el turismo

Sin viajes no hay turismo, por lo que el concepto de turismo sostenible está muy ligado a un concepto de movilidad sostenible. De ello se pueden extraer dos conclusiones relevantes: la dependencia del turismo de los combustibles fósiles y el efecto del turismo en el cambio climático. El 72% de las emisiones de CO₂ del turismo provienen del transporte, el 24% del alojamiento y el 4% de las actividades locales. Cuando se tiene en cuenta el impacto de todas las emisiones de gases de efecto invernadero, la aviación por sí sola podría representar hasta el 75 % del impacto climático del turismo.

La Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) tiene como objetivo que la eficiencia de combustible del 2% anual para 2050 sea realista. Sin embargo, Airbus y Boeing esperan que los kilómetros-pasajeros aéreos aumenten alrededor de un 5% anual, superando cualquier ganancia en eficiencia. Para 2050, otros sectores de la economía se han fijado el objetivo de lograr reducciones significativas en las emisiones de CO₂, pero es probable que el turismo represente el 40 % de las emisiones globales de carbono. La principal causa es el aumento de la distancia media recorrida por los turistas, que durante muchos años ha crecido más rápido que el número de viajes realizados. "El transporte sostenible ahora se establece como el problema crítico que enfrenta una industria turística global que es palpablemente insostenible, y la aviación sustenta este problema".

El fenómeno de la contaminación se ve amplificado por el tráfico rodado. Viajar a destinos turísticos, sobre todo si las distancias no son considerables, pero no necesariamente lo son, es en autocar o en coche particular. El efecto nocivo del turismo en automóvil también se siente

por el aumento del tráfico en los balnearios. En ausencia de restricciones de acceso a los resorts y áreas de estacionamiento, el turismo en automóvil altera la calidad del aire y tiene un impacto negativo en tratamientos de spa específicos.



Figura 1.1. Tráfico pesado por carretera

Las acciones destructivas de algunas actividades turísticas se manifiestan principalmente en el uso inadecuado del medio ambiente para la recreación y el ocio, sumado a la brutal intervención humana en el paisaje y los recursos naturales.



Figura. 1.2. Descargas controladas de aguas residuales

En áreas de alto atractivo, se favorecen las actividades que ponen en

peligro la calidad del medio ambiente. Tales áreas suelen ser atracciones turísticas ubicadas fuera de rutas marcadas y especialmente desarrolladas, donde el tráfico de turistas tiende a ser descontrolado.

El tráfico turístico descontrolado en los atractivos turísticos, naturales o artificiales, suele provocar daños irreversibles en algunos de los elementos que los han constituido como atractivos turísticos (destrucción de la vegetación y la flora, daños en los árboles, especialmente en los árboles jóvenes, caza furtiva, degradación del paisaje, etc.).



Figura 1.3. Camping y estacionamiento de vehículos en la playa salvaje de Vaduù

Otro problema importante es la congestión urbana. La gente de todas partes construye el equivalente a una ciudad del tamaño de Vancouver cada semana. Esa es solo una estadística de un gran estudio que afirma que para 2030, las grandes ciudades del mundo tendrán áreas enormes que abarcarán por completo a un país pequeño. El desarrollo asistemático de los complejos turísticos, especialmente de los resorts, ha llevado a la ocupación intensiva del espacio con edificios turísticos, algunos de los cuales son incluso antiestéticos e inadecuados para la zona.



Figura 1.4. Poiana Braşov



Figura 1.5. Costa rumana

La recreación tiene un impacto negativo en la vegetación. La cobertura vegetal se ve afectada por el pisoteo de los visitantes, lo que reduce la propagación de semillas. Los árboles en las áreas de recreación se dañan al cortar ramas o tallar la corteza.



Figura 1.6. Impacto sobre la vegetación



Figura 1.7. Desorden en el sitio de barbacoa



Figura 1.8. tala ilegal

Los rellenos sanitarios se encuentran entre los objetivos reconocidos como generadores de impacto y riesgo para el medio ambiente y la salud pública debido a la falta de planificación y la mala operación.



Figura 1.9. Depósito de residuos de supermercado

La vida de los animales silvestres se ve perturbada a causa de los vehículos turísticos, el ruido que estos producen, la presencia de humanos, la actividad humana en el hábitat de la vida silvestre provoca estrés a las diferentes especies. Los animales salvajes se ven afectados por la alteración, fragmentación o destrucción del hábitat. En general, las actividades recreativas conducen a una reducción del espacio y de la diversidad específica, obligando a los animales a acomodarse a la presencia humana en el espacio donde viven y se alimentan.



Figura 1.10. Impacto del turismo en los animals

La calidad del agua es otro tema de gran preocupación. Los sólidos en suspensión son un factor visible a los ojos de los visitantes. Los cruces de agua, la erosión, el baño, el drenaje, el vertido aleatorio de basura conducen a un aumento de la materia en suspensión, lo que reduce la claridad del agua y la satisfacción de los visitantes. Por supuesto, también existen patógenos nocivos para el ser humano, siendo la giardia una de las enfermedades más comunes que se contraen en los espacios naturales.



Figura 1.11. Agua afectada por la actividad humana



Figura 1.12. Manchas de aceite en la superficie del agua



Figura 1.13. Tormenta de arena



Fig. 1.14. Habitación Oltchim. Valcea

2.4. Impacto positivo

El turismo es una de las industrias más importantes y está en constante crecimiento. Cada vez más personas están interesadas en explorar destinos y culturas nuevos y remotos. Así, las zonas con recursos naturales destacados atraen cada vez a más visitantes, más aún si además ofrecen la oportunidad de conocer las tradiciones y costumbres de otras culturas. Cuando el turismo y el medio ambiente coexisten en armonía, el medio ambiente se beneficia del turismo. Hay muchos ejemplos de este tipo, la mayoría de los cuales pertenecen a uno de dos tipos: conservación y rehabilitación ambiental.

Conservación significa la preservación y el uso informado del medio ambiente natural y creado por el hombre. La conservación y el

turismo a menudo van de la mano. Muchos monumentos históricos y arqueológicos se han salvado de la destrucción gracias al interés de los turistas por ellos. Cientos de casas de valor histórico en el Reino Unido serían hoy nada más que ruinas o demolidas hace mucho tiempo si no fueran valiosas para los turistas. No son solo las casas señoriales y los castillos los que se han salvado de esta forma. El Museo Beamish, cerca de Newcastle, es un museo al aire libre que incluye una gran cantidad de edificios de aspecto humilde, como cabañas de mineros y tiendas que datan de principios del siglo XX. Estos se salvaron de la demolición por su valor como atracción turística.

En todo el mundo, el medio ambiente se ha beneficiado del turismo de varias maneras. Varios países de África Oriental, como Kenia y Tanzania, han creado enormes parques nacionales y reservas de caza para la conservación de la vida silvestre, siendo los más conocidos Masai Mara y Seregeti. Hicieron esto sabiendo que la vida silvestre es el recurso natural más importante que atrae a los turistas al este de África. Los parques y las reservas naturales han logrado proteger muchas especies que, de otro modo, habrían sido destruidas por la caza descontrolada. Hoy en Kenia hay 13 parques nacionales y 24 reservas, que representan alrededor del 7,5% de la superficie terrestre del país. El turismo no solo proporciona un incentivo para conservar el medio ambiente natural y creado por el hombre, sino que también proporciona el dinero necesario para la conservación: parte de los ingresos del turismo se pueden utilizar para preservar el medio ambiente. Por ejemplo, muchas parroquias en Inglaterra usan las donaciones que reciben de los visitantes para reparaciones y restauración.

La restauración significa devolverle la vida a un edificio o área y revivirlo como algo diferente de su estado original. Mientras que la conservación implica preservar el medio ambiente lo más cerca posible de su forma original, la rehabilitación implica un cambio importante en el uso del medio ambiente. Muchos edificios y espacios se han salvado gracias al turismo al ser rehabilitados como atractivos turísticos o alojamiento turístico.



Figura 1.15. Castillo de peles

El desarrollo del sector turístico en un área determinada también tiene efectos positivos sobre ciertas ramas económicas, ya que la demanda de bienes y servicios puede estimular la modernización de las estructuras turísticas y dinamizar los sectores y ramas involucrados. Al mismo tiempo, no se debe pasar por alto el impacto que el turismo internacional puede tener en la economía de un país, similar al de las industrias de exportación.



Figura 1.16. Desfiladero de Bicaç

El turismo es una de las industrias más importantes y está en constante desarrollo. Cada vez más personas están interesadas en explorar destinos y culturas nuevos y remotos. Así, las zonas con recursos naturales destacados atraen cada vez a más visitantes, más aún si además ofrecen la oportunidad de conocer las tradiciones y costumbres de otras culturas.



Figura 1.17. Costumbres de invierno en Maramures

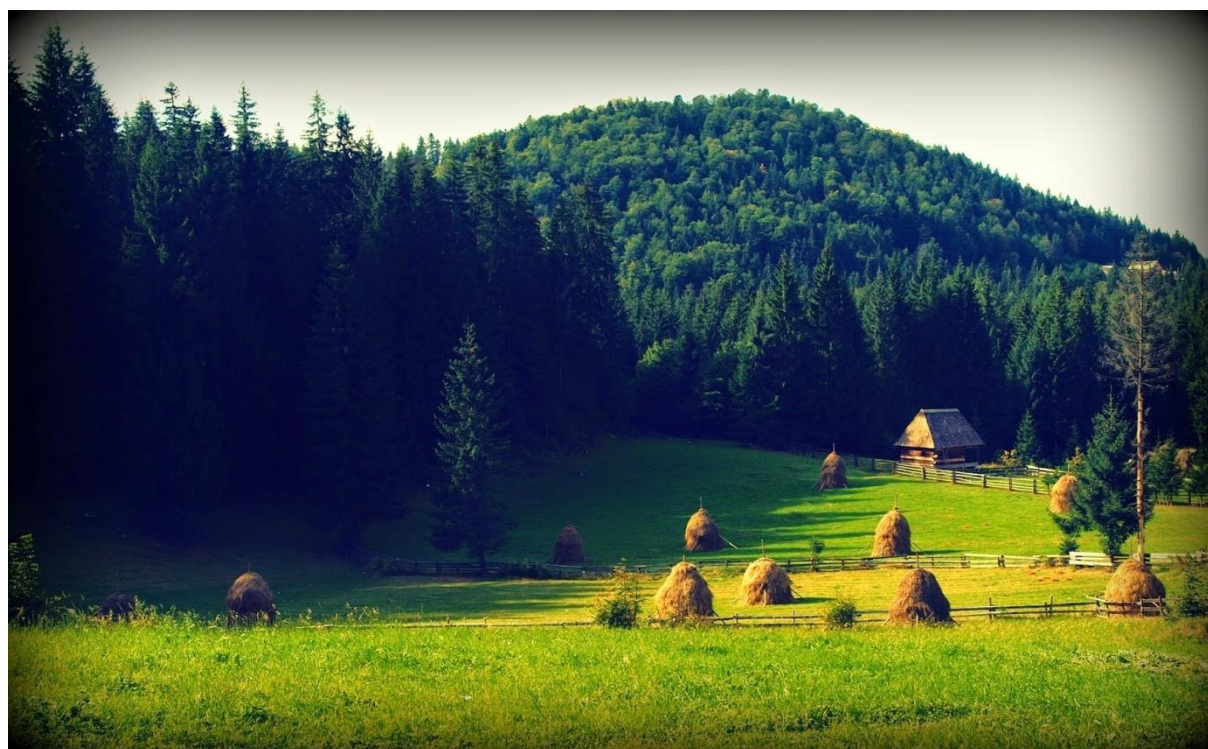


Figura 1.18. Rumania pintoresca

2.5. El turismo sostenible

El turismo sostenible es un turismo que tiene en cuenta su presente y futuro, las necesidades de los visitantes, las necesidades de la industria turística, el medio ambiente y las comunidades anfitrionas. El turismo implica el transporte al destino, el transporte local, el alojamiento, el entretenimiento, la recreación, la comida y las compras. Todos estamos de acuerdo en que el desarrollo turístico debe ser sostenible, la pregunta es ¿cómo podemos lograrlo?

Hay muchas definiciones y interpretaciones del turismo responsable. Según el Centro para el Turismo Responsable, el turismo responsable se puede definir como "el turismo que maximiza los beneficios para las comunidades locales, minimiza los impactos sociales o ambientales negativos y ayuda a la población local a preservar culturas y hábitats o especies frágiles". El turismo responsable incorpora no solo la responsabilidad por el entorno físico, sino también una incorporación de la conciencia de las interacciones económicas y sociales, mientras que el turismo sostenible se centra más en los impactos ambientales.

El turismo responsable se considera un comportamiento. Es más que una forma de turismo, ya que representa un enfoque para hacer turismo, ya sea como turista, empresa, locales en un destino o cualquier otro interés en el turismo. Enfatiza que todas las partes interesadas son responsables del tipo de turismo que desarrollan o practican. Esto garantiza que los proveedores de servicios turísticos y los compradores o consumidores rindan cuentas. Si bien diferentes grupos verán la responsabilidad de diferentes maneras, el entendimiento común es que el turismo responsable debe implicar mejorar el turismo. El turismo debe ser "mejor" como resultado de un enfoque responsable del turismo.

Los turistas sostenibles pueden reducir el impacto del turismo de varias maneras:

- aprendiendo sobre la cultura, la política y la economía de las comunidades visitadas

- anticipando y respetando las culturas, expectativas y suposiciones locales
- apoyando la integridad de las culturas locales favoreciendo las empresas que preservan el patrimonio cultural y los valores tradicionales
- apoyando las economías locales mediante la compra de bienes locales y la participación en negocios pequeños y locales
- conservando los recursos mediante la búsqueda de empresas que sean conscientes del medio ambiente y utilicen la menor cantidad de recursos no renovables.

Cada vez más, los destinos y las operaciones turísticas defienden y siguen el 'turismo responsable' como un camino hacia el turismo sostenible. Los pilares del turismo responsable son, por lo tanto, los mismos que los del turismo sostenible: integridad ambiental, justicia social y desarrollo económico. En el turismo responsable, se pide a las personas, organizaciones y empresas que asuman la responsabilidad de sus acciones y el impacto de sus acciones. Este cambio de énfasis se ha producido porque algunas partes.

Las comunidades locales se benefician del turismo sostenible a través del desarrollo económico, la creación de empleo y el desarrollo de infraestructura. Los ingresos del turismo traen crecimiento económico y prosperidad a destinos turísticos atractivos, lo que puede elevar el nivel de vida en las comunidades de destino. Los operadores de turismo sostenible están comprometidos con la creación de puestos de trabajo para los miembros de la comunidad local. Un aumento en los ingresos del turismo en un área actúa como motor para un mayor desarrollo de infraestructura. Dado que el turismo exige crecimiento en un destino, se necesita una infraestructura más sólida para respaldar tanto las necesidades de la industria turística como las de la comunidad local.

Ha habido promoción de prácticas de turismo sostenible en torno a la

gestión local o comunitaria de los lugares turísticos. Esta forma de turismo se basa en la premisa de que las personas que viven cerca de un recurso están mejor situadas para protegerlo. Esto significa que las actividades y negocios turísticos son desarrollados y operados por miembros de la comunidad local, y ciertamente con su consentimiento y apoyo. El turismo sostenible suele implicar la conservación de los recursos que se valoran con fines turísticos. Los locales manejan los negocios y son responsables de promover mensajes de conservación para proteger su medio ambiente.

El principio rector del desarrollo turístico en las áreas protegidas debe ser la explotación racional de todos los recursos naturales, humanos y culturales de manera que asegure una alta satisfacción turística y oportunidades de desarrollo equilibradas para los asentamientos rurales afectados.

Lista de actividades turísticas compatibles con áreas protegidas:

- Estudiar la naturaleza, la flora y la fauna;
- Fotografía, pintura de paisajes;
- Montañismo;
- Actividades de montañismo;
- Actividades de espeleología;
- Buceo;
- Recorrer la región a pie en verano, esquiando en invierno;
- Ciclismo y piragüismo en pequeños grupos;
- Visitas a lugares de interés cultural, histórico y etnográfico en asentamientos vecinos;

- Conocer y aprender oficios tradicionales (cerámica, tejido, carpintería artística, pintura en vidrio, etc.);
- Visitar ecomuseos en áreas protegidas;
- Visionado de películas, consulta de material documental y científico sobre los espacios protegidos en los centros de acogida turística.

2.6. Ejemplos de un entorno sostenible

Un entorno natural próspero es uno de los principales requisitos previos para una oferta turística exitosa y sostenible. El pilar sobre el que se asienta la sostenibilidad ambiental consta de cinco elementos: clima, riqueza natural, contaminación, energía y agua. Este pilar representa la salud general de un país en términos de medio ambiente, biodiversidad y recursos naturales.

Mozambique está en la cima en términos de sostenibilidad ambiental. El país tiene muchos parques nacionales y áreas protegidas administradas por la propia comunidad local. La gente aquí protege la biodiversidad ofreciendo turismo basado en la naturaleza, que es una fuente alternativa de ingresos.

Eslovenia también ha incorporado el turismo sostenible en la estrategia de marketing del país con la exitosa campaña I Feel sLOVEnia. El estado esloveno es uno de los signatarios fundadores de la Coalición del Futuro del Turismo y miembro del Consejo Mundial para el Turismo Sostenible. Bélgica ha adoptado un enfoque de turismo regenerativo e India está trabajando en una transición a la energía renovable para ayudar a reducir las emisiones.

Cada destino enfrenta su propio conjunto de desafíos para mantener un medio ambiente saludable. La creación de valor es fundamental para el éxito en este sentido. Una medida efectiva es que la cantidad recaudada

por el gasto de los visitantes se entregue a las comunidades locales. También es necesario fomentar las visitas más largas de los viajeros y un mayor gasto diario de los viajeros, promover los operadores locales y tomar en serio el turismo de temporada. A nivel internacional, los países con una larga tradición turística están adoptando una planificación turística nacional basada en la protección de sus propios recursos turísticos. Para desarrollar un turismo sostenible se han planteado tres objetivos principales:

- económico - esencial en la identificación, explotación y aumento de la explotación de los recursos turísticos;
- social - particularmente haciendo que la población sea más permanente, aumentando el empleo, apoyando la práctica de la artesanía tradicional y atrayendo a la población al turismo;
- ambiental - importante para evitar la degradación y contaminación ambiental y asegurar una explotación equilibrada ya largo plazo de los recursos turísticos.

Entre las principales acciones para la protección y conservación del medio ambiente y el potencial turístico se encuentran las siguientes:

- la conservación de los recursos turísticos naturales y artificiales para su uso continuo en el futuro;
- elevar el nivel de vida de las comunidades locales;
- el mejor conocimiento y conciencia, tanto entre la población local como entre los visitantes, de la idea de conservación ambiental;
- la participación de autoridades y agentes económicos en la implementación de todos los componentes del turismo sostenible;
- la participación de los medios de comunicación, de los que la industria del turismo se ha vuelto cada vez más dependiente.

En cuanto al potencial turístico de Rumanía, las principales acciones destinadas a proteger y preservar el medio ambiente y los recursos turísticos son las siguientes:

- explotación científica y racional de los recursos turísticos de manera que la tasa de explotación no exceda la tasa de reciclaje y regeneración;
- la gestión de los recursos turísticos en el contexto de la explotación de todos los recursos naturales y la protección del medio ambiente;
- la planificación y organización adecuada y de primer nivel de las áreas, rutas y objetivos de interés turístico;
- la organización y explotación turística racional de los parques nacionales y reservas naturales, asegurando su protección;
- organización adecuada de las zonas montañosas;
- renovar la base técnica y material del turismo para garantizar un turismo competitivo y respetuoso con el medio ambiente;
- educación en todo el país sobre el medio ambiente y el potencial turístico.
- desarrollo de la conciencia ecológica entre la población y de un sentido de amor y respeto por la nación, los sitios históricos y los monumentos de arte y arquitectura creados a lo largo del tiempo. Esto se puede lograr a través de una educación sostenida sobre el medio ambiente y el potencial turístico, que debe llevarse a cabo en todo el país, inculcando una actitud de respeto y comportamiento responsable hacia los recursos naturales para su protección.

El tema de la preservación y protección del medio ambiente y los recursos turísticos debe ser visto como un concepto del mismo nivel de

importancia que los temas del desarrollo económico general.



Figura 1.19. Reserva de la biosfera del delta del Danubio

La educación ambiental para la protección de la naturaleza y el potencial turístico debe ser una característica permanente, desde la infancia y reforzada por instituciones educativas de todo tipo y grado. Luego puede desarrollarse aún más a través de los medios de comunicación en los círculos de 'amigos de la naturaleza', a través de varias publicaciones especializadas y por guías y guías durante las excursiones.

En la primera fase, si las actividades turísticas se planifican y llevan a cabo cuidadosamente, los problemas ambientales pueden resolverse desde el principio. En este sentido, la elección de la zona, de la modalidad ecoturística, es determinante para evitar posteriores conflictos con el medio ambiente, por ejemplo:

- limitando el daño al paisaje mediante:
 - la ubicación del complejo
 - organizar el transporte
 - la arquitectura
- respetando sus responsabilidades:

- las autoridades locales
 - los operadores económicos
 - la población local
- evaluación del impacto ambiental de acuerdo con las directivas de la UE, y cada país miembro debe introducir en la legislación nacional disposiciones relativas al impacto ambiental de los grandes proyectos turísticos y de otro tipo.

Forman parte del concepto de desarrollo sostenible y se agrupan en varias categorías:

- planificación del sitio, que se refiere a la ubicación de equipos y sistemas turísticos fuera de las áreas de riesgo natural, manteniendo un equilibrio entre edificios y espacios verdes;
- normas de desarrollo aplicables a la construcción de equipamientos e instalaciones turísticas tales como:
- el paisajismo y la estética de las instalaciones y sitios turísticos dan una apariencia estéticamente atractiva y relajante. El propósito de este tipo de paisajismo es doble: por motivos estéticos y también por sombra, protección contra el clima, conocimiento de la vegetación local y enmascaramiento de elementos menos agradables.
- ingeniería de infraestructura que debe cumplir con los estándares internacionales para garantizar la seguridad y la calidad ambiental.
- ingeniería de construcciones turísticas exigidas por un conjunto de normas de seguridad a nivel mundial tales como:
 - cumplimiento de las normas técnicas, de construcción, de resistencia;

- calidad de las instalaciones: clima de calentamiento de agua;
 - facilitación del movimiento en condiciones peligrosas.
- estándares de calidad de las instalaciones turísticas, que se definen tanto a nivel nacional como autonómico y se encuentran en todas las instalaciones de alojamiento turístico a través de reglas de clasificación y mantenimiento, en base a las cuales se obtiene la licencia para operar en esa categoría
- la densidad de edificios en relación con las áreas recreativas;
 - la limitación de la altura de los edificios en relación con el entorno natural y la arquitectura del sitio para una integración armoniosa en el terreno;
 - el retranqueo de los edificios y su ubicación en relación con los elementos generales del estilo (carreteras, ferrocarriles, aeropuertos);
 - el desarrollo de aparcamientos fuera de las vías de acceso;
 - el acceso a playas, pistas de esquí, centros de tratamiento y fuentes;
 - los reglamentos relacionados con la seguridad física de los turistas;
 - el respeto por los estilos arquitectónicos tradicionales, locales y nacionales. Se debe respetar la armonía entre los edificios;
 - la configuración de los techos, que influye en la apariencia de los edificios;
 - el uso de esteras de construcción locales;

- respeto de las condiciones climáticas;
- adecuación de edificios turísticos para acoger a personas mayores y discapacitadas.

3. ESTUDIANTES - PROMOTORES DEL TURISMO SOSTENIBLE

3.1 Capacitación en buenas prácticas

El sistema educativo actual se enfrenta a una serie de desafíos cuando se trata de proporcionar formación práctica a los alumnos para que puedan integrarse en el cambiante mercado laboral actual después de terminar la escuela. Por lo tanto, además de los conocimientos teóricos y las habilidades, los alumnos necesitan adquirir habilidades y destrezas, especialmente habilidades empresariales. El modelo de "empresa de ejercicios" pretende proporcionar algunas herramientas para resolver problemas relacionados con la formación práctica de los alumnos mediante la creación de un modelo de empresa virtual con fines didácticos en el aula/grupo de alumnos, simulando las actividades de una empresa económica real y respetando los principios de trabajo de una empresa real.

Dentro del ejercicio de la empresa, los estudiantes pueden adquirir diversas habilidades empresariales entre las que podemos mencionar:

- elaboración de un plan de negocios;
- desarrollo de investigaciones de mercado;
- desarrollo de la misión, los objetivos y la estructura de la organización;
- redacción de CV, cartas de presentación, órdenes de trabajo, informes de actividad, etc.

- preparación de documentos contables;
- trabajo con ordenadores y otros equipos informáticos, etc.

El ejercicio firme se basa en aprender haciendo, una imitación de una situación real de trabajo con objetivos educativos. Es una simulación de una empresa real, que refleja las operaciones del mundo empresarial real en la sucursal elegida. La Firma de Práctica tiene las siguientes características:

- funciona como laboratorio de formación económica teórica y práctica;
- opera como una empresa real, pero con dinero y bienes virtuales, de acuerdo con la práctica y las leyes específicas de la economía nacional;
- forma conocimientos sobre el lugar de trabajo, bajo la orientación metodológica del docente;
- ofrece la oportunidad de involucrar a expertos de la esfera práctica en el proceso de aprendizaje;
- decisiones equivocadas, que en realidad crearían serios problemas, aquí no tienen consecuencias críticas, pero brindan situaciones de aprendizaje.

La oficina central del ROCT se encarga de la relación entre las empresas del ejercicio y el entorno externo, brindándoles los servicios necesarios para que su trabajo simule lo más fielmente posible el trabajo de una empresa real.

La oficina central del ROCT es la que autoriza, coordina y asesora a las empresas de ejercicio en Rumanía, pero también las integra y representa en la red nacional e internacional. El ROCT simula las actividades que realizan las instituciones del Estado a fin de brindar los servicios

necesarios para el funcionamiento de las empresas de ejercicio (Registro Mercantil, Casa de Huéspedes, Administración de Finanzas Públicas, etc.), actúa como banco, asegura el intercambio de información y la comunicación entre las firmas de ejercicio en el país y en el exterior, apoya, organiza y da seguimiento a los distintos concursos y proyectos relacionados con la actividad de las firmas de ejercicio.

3.1.1. Estudio de caso: Casa de Huéspedes Salteluta

La Guest House Salteluța se encuentra a 10 km de la pista de esquí en la zona turística de Voineasa. Este año finalizaron las obras de reforma, por lo que se cambiaron todas las instalaciones de las habitaciones y baños. Los nuevos muebles están hechos de madera maciza y tienen un diseño especial. También se ha finalizado la piscina cubierta, que completará la zona de spa compuesta por jacuzzi, sala de sal, sauna y sala de fitness. La sala de conferencias ha sido modernizada y equipada con nuevos equipos de última generación. Todas las habitaciones tienen balcón. El restaurante del hotel es de autoservicio, pero también se puede pedir a la carta. La desventaja es que el último pedido se toma a las 21.00 y el restaurante cierra a las 22.00. Por ello, los amantes del esquí que permanecen en las pistas hasta el cierre (21.00 h.) prefieren comer en el restaurante cercano por las noches, que cuentan con horarios ampliados y veladas temáticas. La escuela de esquí es otra instalación que los turistas pueden aprovechar. Quienes quieran aprender a esquiar y no dispongan de material, podrán alquilarlo con un 50% de descuento si se apuntan a clases con los monitores de la escuela. Cerca de la casa de huéspedes, hay tres cabañas donde puedes alojarte a precios más bajos que en la Casa de Huéspedes Salteluța. Estos no han sido modernizados todavía. Las obras de un nuevo dominio esquiable podrían afectar a la actividad de la estación. La modernización y ampliación de la zona turística también aumentaría la competencia. La crisis de los recursos humanos en el mercado laboral también está teniendo un impacto en las actividades de la compañía, como los cambios legislativos y la situación económica

actual. Según informes de prensa, el gobierno actual podría emitir ordenanzas para facilitar el negocio turístico privado.

En la firma de prácticas, como el trabajo se realiza por departamentos, se suele utilizar este método para facilitar el aprendizaje rotando a los alumnos dentro de cada departamento, participando así en actividades específicas y contribuyendo a todas las actividades de la firma.

Ejemplo: para desarrollar la estrategia de desarrollo de la empresa, divida el equipo de la empresa en cuatro grupos según el marketing mix, es decir, cuatro temas de discusión: política de producto/servicio, política de precios, política de distribución y política de promoción. La sala se acondicionará de forma que haya cuatro mesas redondas (cada una para un tema de debate) en las que habrá una pizarra (en la que se escribirá el tema de debate), un rotulador de color (diferente para cada tema) y posiblemente materiales de documentación (catálogos, folletos, etc.), galletas y café/té. En la primera etapa, cada grupo se sentará en una mesa donde discutirán y anotarán sus ideas en una pizarra, dentro del límite de tiempo (3-5 minutos). Cuando se acabe el tiempo, los grupos rotarán respetando el orden hasta el final de la actividad (en el sentido de las agujas del reloj) y discutirán y anotarán nuevas ideas relacionadas con el tema, que no se encontraron como las escribió el primer grupo, con el rotulador que comenzó con Seguirán dos rondas más, de modo que cada grupo de estudiantes haya llegado a cada tarea asignada. Los tableros completados se colgarán en la pared del aula y cada alumno tendrá la oportunidad de leer en voz alta todo lo que ha sido completado por cada grupo. En la etapa final, se realiza una síntesis de cada uno de los temas tratados y se anotan las ideas valiosas, que serán la base para el logro de la estrategia de desarrollo de la empresa.

Tras el análisis de la situación real de la empresa y siguiendo el objetivo principal de la empresa que es hacer más eficiente la actividad económica de la casa de huéspedes, los alumnos dieron el siguiente diagnóstico.

La mayor parte de los gastos de la empresa está dada por la energía consumida. La iluminación, la calefacción, el consumo de agua

representan un gran esfuerzo. Se buscan soluciones. Cambiar a energía verde es lo más tangible. Se toma la decisión de equipar la casa de huéspedes con paneles fotovoltaicos, que son capaces de convertir la luz (radiación solar) en electricidad gratuita.

Sabemos que el estado apoya el equipamiento de hogares y comercios con este tipo de paneles, por lo que buscan programas a través de los cuales la empresa pueda acceder a fondos no reembolsables para equiparse con energía verde.

El turismo sostenible requiere apoyo a los pequeños productores locales, por lo que la gerencia está tomando la decisión de abastecerse de alimentos perecederos básicos: carne, leche, huevos, verduras, frutas y derivados de los empresarios locales. Esto acorta en gran medida el viaje de la comida, la comida llega fresca a los turistas, promueve el lado ecológico de la comida y la gastronomía local. Identifica a los productores locales de la zona.

Sin experiencia de enseñanza, formación de niños o adultos, solo experiencia como aprendiz en la forma clásica, presencial, pero también como usuario de plataformas educativas y aplicaciones en línea específicas para el aprendizaje a distancia.

En este trabajo me he propuesto presentar brevemente algunas de las herramientas virtuales utilizadas en el proceso de enseñanza-aprendizaje-evaluación e intentaré ponerme en el lugar del docente que tiene que elegir entre numerosas aplicaciones las que mejor se adaptan a sus necesidades. lección que se está enseñando y utilícelas creativamente.

3.2 Estrategias de promoción

La promoción tradicional de una empresa, consistente en pancartas, volantes, publicidad en periódicos y televisión, ya no es suficiente, sin mencionar que un anuncio en un periódico o un anuncio en televisión, incluso uno local, cuesta dinero y puede representar un gran esfuerzo financiero para una empresa que acaba de empezar. La publicidad online

es una solución barata y eficaz.

¿Por qué es tan importante la promoción en línea?



1. Los anuncios atraen a muchos visitantes

Los anuncios son los que despiertan el interés de los espectadores, porque nos muestran diferente información de forma amena y atractiva tanto a nivel visual como de contenido. Un anuncio cuidadosamente elaborado permanecerá en su mente durante mucho tiempo si proporciona información que podría necesitar en algún momento. Entonces, en ese momento, tendrá la tentación de usar ese producto o servicio que alguna vez vio en un anuncio.

2. El marketing online siempre da sus frutos

El marketing online tiene un fuerte impacto en la audiencia, ya que anuncia el negocio y atrae el interés de los visitantes con palabras sugerentes. Un negocio bien promocionado atraerá resultados beneficiosos. Los anuncios de calidad son los más representativos de un negocio exitoso. Solo necesitan estar presentes en el lugar correcto y aparecer constantemente frente al público objetivo, que podría estar interesado en el servicio o producto presentado.

3. Promoción significa publicidad de calidad

La promoción en línea se realiza a través de un enfoque profesional. Una campaña publicitaria bien elaborada genera resultados sorprendentes en un corto período de tiempo, al igual que un anuncio totalmente inapropiado genera resultados negativos. Un negocio no puede promocionarse con éxito si aparece información que estropea su imagen. La gente cambia de opinión muy fácilmente. Un simple rumor de la realidad puede distorsionar radicalmente la verdad, pero es su opinión la que cuenta, incluso si se basa en un mero rumor.

Esto también es cierto en la publicidad. La percepción del público sobre un producto puede cambiar rápidamente, lo que significa que la demanda disminuye y se pierden clientes.

4. La promoción online la realiza una empresa especializada

Una campaña de promoción adecuada para un negocio es aquella que lo saca del anonimato y le da múltiples oportunidades para afirmarse. Los profesionales experimentados pueden proporcionar una promoción de calidad que traerá los resultados deseados.

3.2.1. ESTUDIO DE CASO: La Casa de Huéspedes Salteluța

Una empresa recién establecida que no tiene los recursos para invertir en sitios web de presentación y no tiene grandes presupuestos de promoción puede utilizar las ventajas del entorno en línea para llegar a su público objetivo.

En este caso de estudio, los alumnos mostrarán cómo un negocio de reciente creación, el Guest House Salteluța, puede mejorar su presencia online y así promover escapadas a la montaña, recargar pilas, relax, paz, bienestar, cambio de aires, aire puro y similares. que nos hacen ver la vie en rose.

Objetivo:

Para crear visibilidad en línea y promover la casa de huéspedes entre los turistas curiosos, en constante búsqueda de nuevos gustos y experiencias.

Soluciones:

1. Google Mi cuenta de negocio

La lista de Google Maps es obligatoria para una empresa que tiene una ubicación física.

La activación se realiza rápidamente completando un breve formulario en línea. En un plazo máximo de 14 días el equipo de Google te enviará por correo el código de activación para validar tu cuenta.

Los beneficios de una cuenta de Google My Business son:

- se puede personalizar con imágenes de su ubicación, ilustrando los productos y servicios que ofrece;
- la opción de publicar publicaciones breves con una imagen representativa;
- estadísticas sobre el número de usuarios que descubrieron la página de Google My Business, solicitaron direcciones en Maps o llamaron al número de teléfono de contacto;
- contenido generado por el usuario: la cuenta My Business es la oportunidad perfecta para recopilar reseñas de los usuarios.

Podemos averiguar cuál es la experiencia del consumidor y, como

beneficio adicional, podemos responderles.

Keep an eye out for this postcard – it should arrive with your verification code in 1-2 weeks.

Google



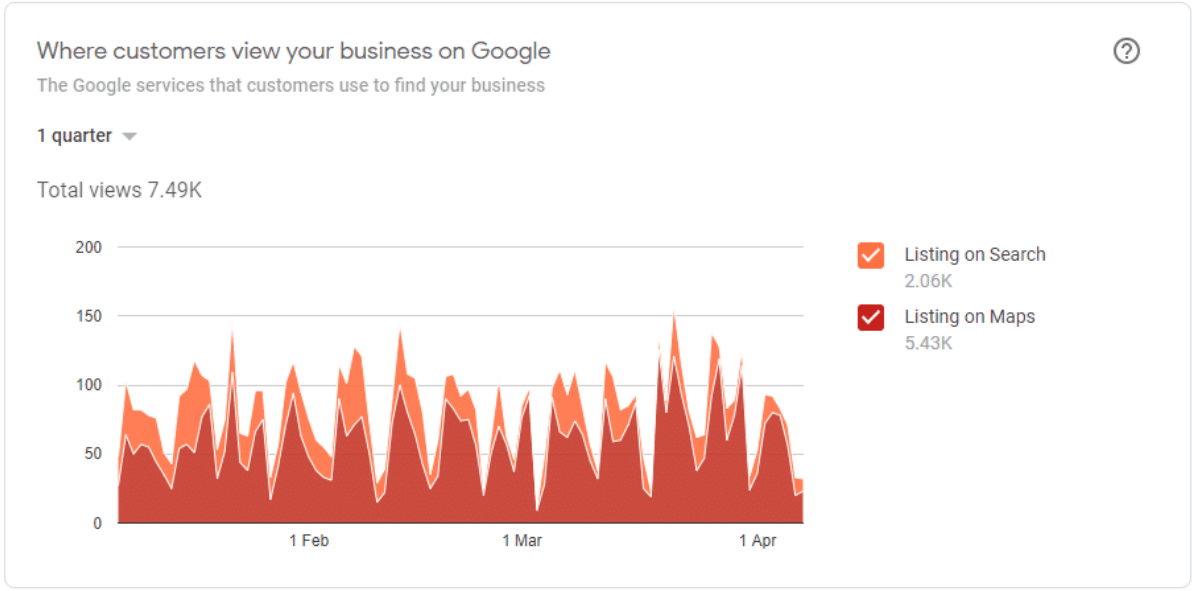
M[redacted]
[redacted]
Calea [redacted]
Cluj-Napoca
Romania

Important documentation enclosed.

Optional contact name

Cancel

Send postcard



2. Sitio web de presentación

Las primeras impresiones cuentan incluso en el entorno online que utilizan los usuarios para informarse antes de realizar una compra o, en este caso, visitar una ubicación física.

Los datos de contacto, la descripción de los principales productos/servicios y los beneficios que el cliente puede obtener de ellos, las imágenes profesionales de los productos son elementos de contenido que deben encontrarse en dicho sitio web.

Google ofrece herramientas gratuitas y fáciles de usar que no requieren conocimientos de programación. El sitio web creado de esta manera es simple y muy poco personalizable, pero su funcionalidad es real, puede suplantar con éxito un sitio web de presentación completo.

Un sitio web de presentación para Guest House Salteluța se crea rápidamente sin ninguna inversión porque Google aloja este sitio web de forma gratuita.

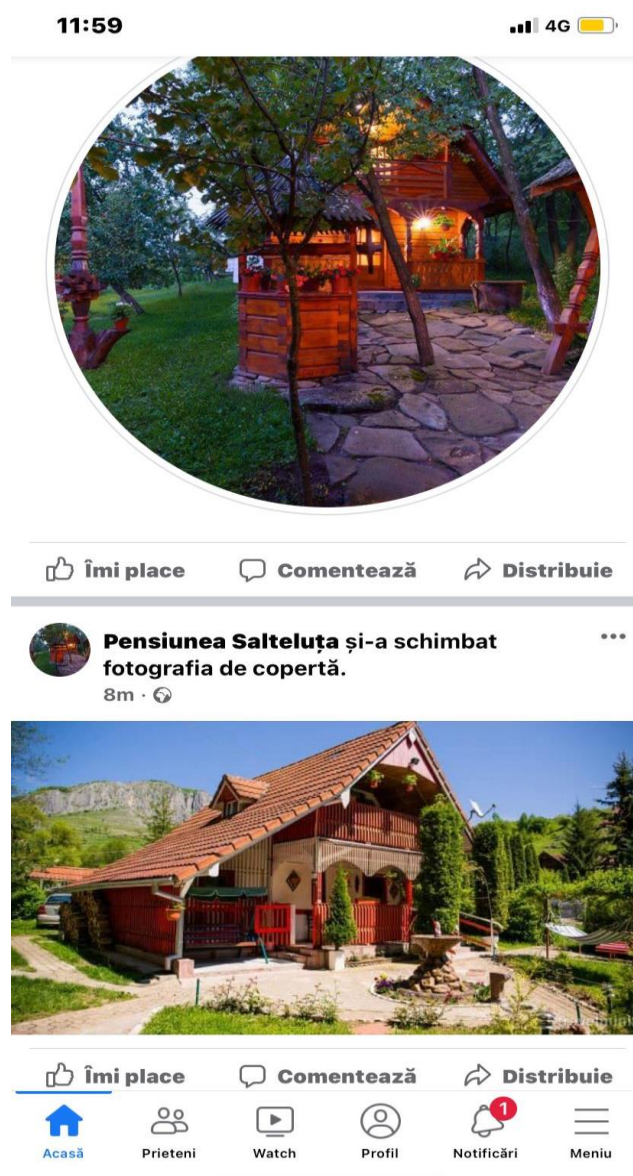


3. Social Media - Facebook and Instagram

La Guest House Salteluța ya cuenta con 2 importantes canales de comunicación que mantiene activos: Facebook e Instagram. El equipo de

promoción ha fortalecido su presencia en las redes sociales con algunos trucos simples:

- Reescribir las descripciones en la sección Acerca de para aumentar su indexabilidad en búsquedas de marca o categoría;
- Integrar una sección con el menú de la pensión donde se cargaba un documento .pdf con los principales productos y servicios y sus tarifas;
- Facebook messenger se ha personalizado para fomentar el envío de mensajes y la respuesta automática cuando se reciben.



11:59

4G

Postări

Filtre



La ce te gândești?

Stare

Foto

Eveniment
din viață

Administrează postările

Fotografii

Avataruri

Muzică



Pensiunea Salteluța

Chiar acum · 2 persoane



Acasă



Prieteni



Watch



Profil



Notificări



Meniu

12:10

4G

pen.siuneasalteluta ⁶



7
Postări

4
Urmăritori

20
Urmărește

Pensiunea Salteluța

Va așteptam la Pensiunea Salteluța. Va punem la dispoziție 4 camere un living si Bucătărie pentru petrecerea timpului împreuna cu familia sau părinții

Editează profilul



Descoperă persoane



Găsește mai multe
persoane de ur...

Vezi tot



12:10

4G

pen.siuneasalteluta 6



Descoperă persoane



Găsește mai multe
persoane de ur...

Vezi tot



4. PLAN DE LECCIÓN: MÉTODOS ALTERNATIVOS DE EVALUACIÓN

4.1 Aplicaciones en línea utilizadas en el proceso de enseñanza - aprendizaje - evaluación

Debido a la situación creada por la crisis sanitaria en 2020, los estudiantes dedicaron gran parte de su tiempo a aprender y completar tareas laborales solo a través de la computadora. La computadora no era algo nuevo para ellos, de todos modos buena parte de su tiempo lo pasaban en la computadora, pero no para aprender, para enseñar tareas, para ser evaluados. La crisis sanitaria supuso un reto tanto para los docentes como para los alumnos, pero especialmente para los docentes que se vieron obligados a optimizar el proceso de enseñanza mediante el uso creativo de las tecnologías de la información y la comunicación, para encontrar soluciones para integrar la computadora en la actividad de aprendizaje y comunicar el aprendizaje, para familiarizarse con nuevas estrategias de evaluación.

Las aplicaciones en línea utilizadas en el proceso de enseñanza-aprendizaje-evaluación se han diversificado. Han aparecido o mejorado plataformas educativas, aplicaciones en línea, biblioteca digital de contenidos educativos para el aprendizaje, aplicaciones para jardines de infancia, primaria, secundaria, bachillerato, universidad, aplicaciones prácticas de e-learning para cada materia. La integración multimedia en las actividades docentes se realiza a través de editores de fórmulas matemáticas, editores de imágenes, editores de diagramas y gráficos, conversión de documentos PDF, editores de pruebas electrónicas. Los videos son cada vez más utilizados.

El conjunto de aplicaciones más popular para producir material escrito electrónico es Microsoft Office, con Microsoft Word (para documentos), Microsoft Excel (para hojas de cálculo) y Microsoft PowerPoint (para presentaciones).

Una versión más completa de una suite ofimática, que se puede utilizar de forma gratuita bajo cualquier dirección de correo electrónico @gmail.com o una dirección institucional creada en Gmail, es la plataforma GSuite (<https://gsuite.google.com/>) que ofrece Google , con Google Word, Google Sheets y Google Slides. Gsuite se utiliza con una dirección institucional.

Los materiales didácticos electrónicos preparados previamente son necesarios para el buen desarrollo de la actividad. Una de las razones es que los estudiantes no pueden tomar notas durante la actividad tan bien como lo hacen en las actividades presenciales. También es importante que los materiales electrónicos estén disponibles una vez finalizada la actividad interactiva en tiempo real, ya que algunos alumnos no podrán conectarse para participar en la actividad y otros pueden perder la conexión durante la actividad por motivos técnicos.

4.2 Plan de estudios

1. Fechas generales:

- Sujeto: Turismo
- Tema: Producción del periódico "Turismo sostenible en la comarca de Valcea"
- Objetivo del proyecto:
 - Conocer mejor el pueblo donde realizan su actividad diaria, la escuela donde estudian, la zona donde viven;
 - Actuar para mantener, proteger y mejorar las condiciones ambientales naturales;
 - Responsabilizarse de la protección de la atmósfera, el suelo, el agua, la flora, la fauna y la salud humana.

- Fuentes de información:
 - <https://ro.wikipedia.org/wiki/>
 - <https://www.valceaturistica.ro>
 - www.monitorulvl.ro/
 - <https://primariacalimanesti.ro>
 - <https://harta.orasultau.ro/>
 - www.eduonline.roedu.net
 - www.emalascoala.ro/aplicatii-online-si-resurse

- Herramientas de trabajo: teléfono, computadora portátil, tableta

- Producto final: Periódico "Turismo sostenible en la comarca de Valcea"

- Modalidades de presentación: La presentación del material se realizará en línea a través de la aplicación Padlet, presentando cada equipo el material producido, a través de la voz de su representante elegido.

2. Actividades de planificación:

- Un Google Meet explicará el tema y el propósito del proyecto.

- Utilizando la "Rueda de la fortuna" de la aplicación wordwall, formaré cinco equipos. Así tendré los siguientes equipos:

- El equipo de fotógrafos tendrá que fotografiar o dibujar el centro de la ciudad, los edificios importantes de la ciudad, las principales obras de

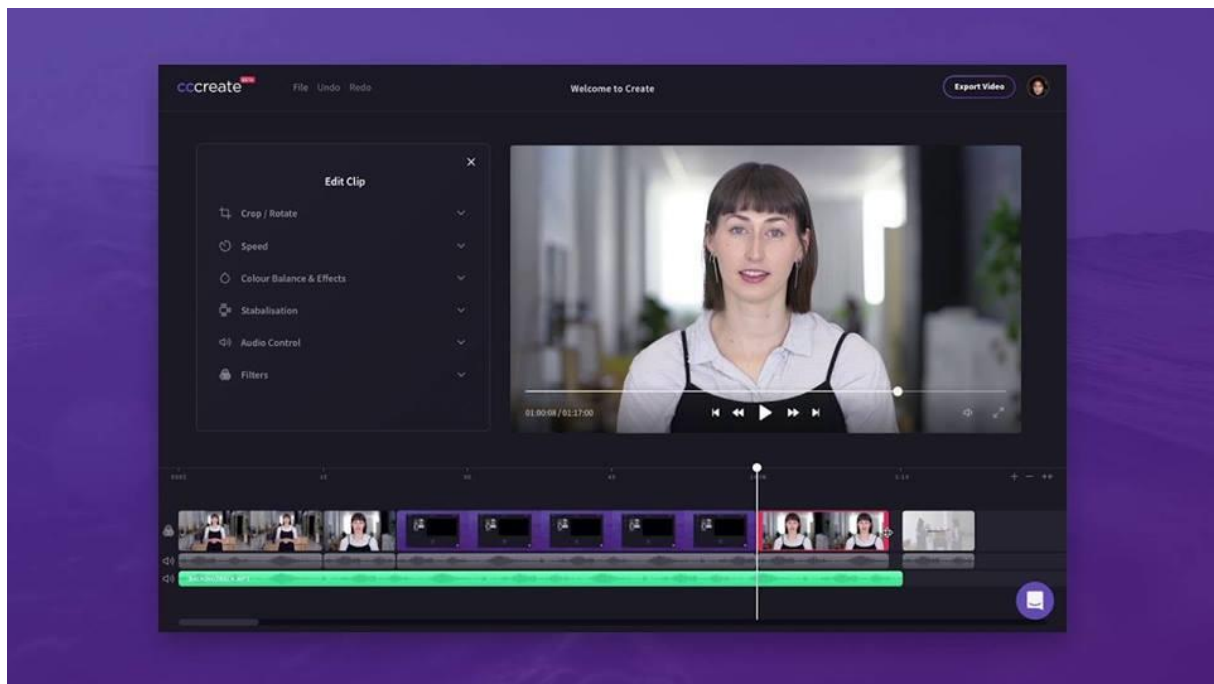
arte de la ciudad, la escuela a la que asisten. Además de las fotos que hayan hecho, descargarán de la web imágenes de los lugares más bonitos de la comarca, de los alojamientos más bonitos, así como imágenes en el "¡así que no!" categoría: edificios feos o ruinosos, espacios sin urbanizar, marcas dejadas por turistas irresponsables, etc.

- Usando la aplicación ANIMOTO, los estudiantes armarán un collage de fotos y videos y especificarán el enlace para verlos...

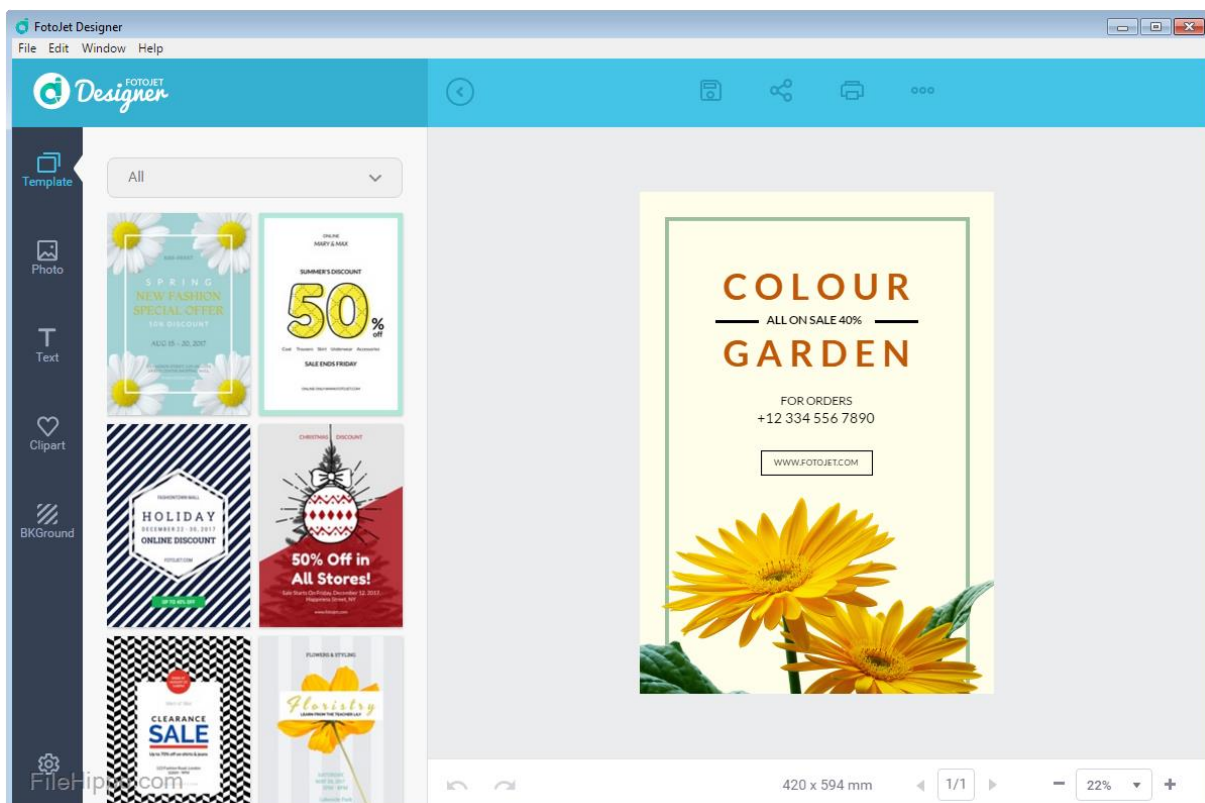
<https://animoto.com/play>



- El equipo de periodistas deberá producir un reportaje titulado "Călimănești-Căciulata - un resort para personas" que contendrá una entrevista con el alcalde de Călimănești, alguna información sobre los proyectos turísticos de la ciudad, la arquitectura de la ciudad, la edificios renovados, los edificios abandonados, lo que se ha hecho, lo que no se ha hecho.
- Utilizando la aplicación ClipChamp para la edición de los vídeos, los alumnos realizarán un "reportaje". Los estudiantes también subirán el material de audio y video a YouTube (www.youtube.com)

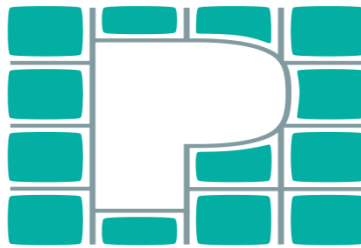


- El equipo de historiadores encontrará información sobre la historia del pueblo, la historia de la escuela donde enseñan, los hechos significativos que acontecen en su pueblo.
- Utilizando las aplicaciones de collage de texto e imágenes digitales



Canva y Fotojet, los estudiantes presentarán la información que han recopilado y proporcionarán un enlace para verla.

- El equipo de dibujo dibujará el mapa físico del condado, el mapa físico del pueblo, el plan escolar.



Piktochart
make information beautiful

Tutorial de infografía Piktochart:

Piktochart es una aplicación de infografía basada en la web que permite a los usuarios sin mucha experiencia como diseñadores gráficos crear fácilmente infografías y elementos visuales utilizando plantillas temáticas.



*Storybird le permite a cualquiera crear historias visuales en segundos.
Inspira a escritores de todas las edades a convertir sus imágenes en historias originales.*

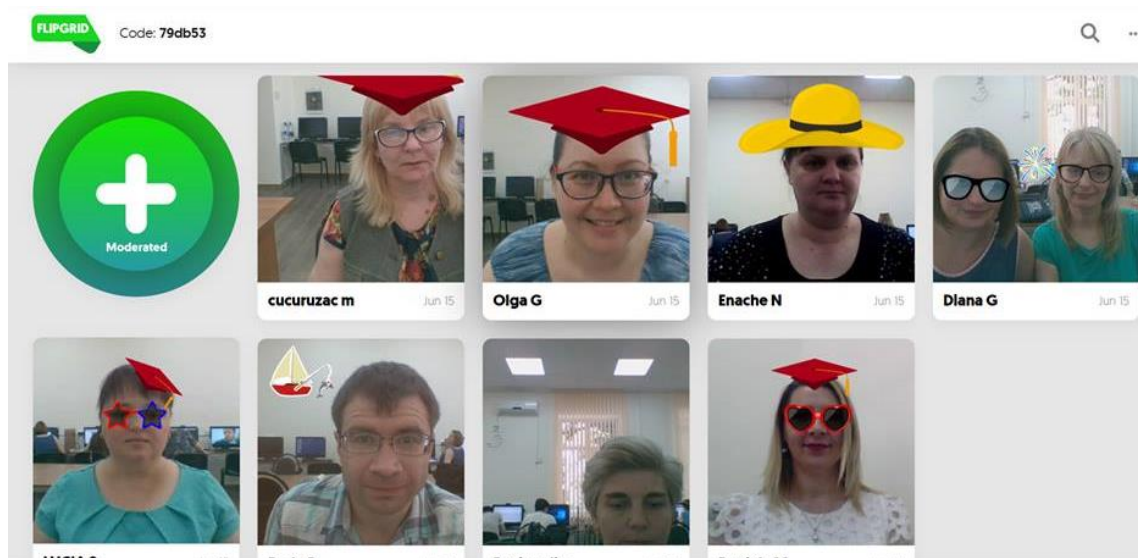
- El equipo editorial recopila material, corrige errores, prepara columnas, ordena imágenes y encuentra la manera de promover el periódico en las escuelas.



Smore para crear revistas digitales

- Usando la aplicación Smore, los estudiantes crearán el periódico **"Turismo sostenible en el condado de Valcea"**.
- Finalmente, las impresiones de los estudiantes sobre el proyecto se

pueden registrar con las aplicaciones Flipgrid o TikTok.



Flipgrid para mensajes de audio grupales



La rueda de nombres que se muestra contiene los nombres de los estudiantes que trabajarán en el proyecto.

- Recopilación de información sobre el tema elegido: los estudiantes buscarán información sobre el tema dado, lo discutirán en el equipo y elegirán de mutuo acuerdo el material que enviarán a la redacción.
- Organizar y procesar la información relacionada con el tema elegido: una vez que los primeros equipos tengan una cantidad satisfactoria de datos e información, fotos y entrevistas, se reunirán en equipos en el grupo de whatsapp, donde discutirán lo que enviarán a la redacción. , así como lo que contendrá la presentación, cómo resolverán las tareas del proyecto en conjunto, mientras deciden el representante del equipo que apoyará el proyecto.

El equipo editorial decidirá sobre el formato del periódico, cómo se verá la portada del periódico, un lema, el diseño, el orden de los materiales.

Al final, cada equipo presentará, a través de su representante elegido, cómo llevaron a cabo su tarea, cómo trabajaron juntos, qué dificultades encontraron, qué lograron completar y qué no.

- Presentación del producto final

Esto se hará en línea a través de Google Meet, a través de la aplicación Padlet.



5.CONCLUSIONES

La preocupación por la protección del entorno natural se siente desde finales del siglo XIX, cuando se pasó de la admiración pasiva de las bellezas de la naturaleza a la acción activa para protegerla y evitar el mal uso de los recursos naturales. La primera ley para la protección del medio ambiente (la Ley para la Protección de los Monumentos Naturales) se adoptó en 1930, y un año más tarde se creó la Comisión para la Protección de los Monumentos Naturales, que todavía funciona bajo el patrocinio de la Federación Rumana. Academia.

Esta ley fue seguida por muchas otras regulaciones, pero no fue sino hasta 1973 que se aprobó la Ley de Protección Ambiental. Actualmente hay alrededor de 630 áreas protegidas en Rumania, que cubren un área total de 1,2 millones de hectáreas. Además hay tres reservas de biosfera, 14 parques nacionales y 362 reservas naturales. El Parque Nacional Retezat (establecido en 1935), el Parque Nacional Rodna (establecido en 1990) y el Delta del Danubio (establecido en 1938) han sido incluidos por la UNESCO como reservas de biosfera en su propia lista de monumentos naturales protegidos.

El turismo como actividad económica puede causar grandes daños a las áreas protegidas, especialmente si no se gestionan adecuadamente, pero también puede traer grandes beneficios. Las presiones del turismo están creciendo rápidamente. Las presiones sobre los sitios turísticos más populares están aumentando, por lo que las hermosas áreas naturales se están convirtiendo cada vez más en lugares para el turismo a largo plazo, excursiones de un día e incluso deportes.

En algunas áreas protegidas, simplemente hay tantos visitantes en ciertas partes, o en ciertos momentos, que la naturaleza, y la calidad de la experiencia del visitante, se resiente. En otros, los visitantes pueden adentrarse en las zonas más remotas. Las instalaciones turísticas a menudo entran en conflicto con los objetivos de conservación y estropean los paisajes naturales; Las presiones para desarrollar dichas instalaciones son particularmente fuertes en el antiguo bloque de Europa del Este, y en

algunas áreas protegidas, el turismo simplemente no tiene cabida.

Pero si se planifica y gestiona de forma sostenible, el turismo puede ser una fuerza muy positiva que beneficie tanto a las áreas protegidas como a las comunidades locales. El turismo será bienvenido en o cerca de áreas protegidas si respeta el carácter especial del área, como: turismo de apreciación de la naturaleza, turismo cultural y educativo, o actividad de grupos pequeños y tranquilos, y si el daño y la contaminación son mínimos. El turismo puede ayudar a justificar el establecimiento de áreas protegidas en regiones marginales y puede conducir a un renacimiento económico de las comunidades locales y las culturas tradicionales.

FUENTES

- Minciu R., "Tourism Economics", Uranus Publishing House, Bucharest, 2001
- Baron P., Snak O., Neacșu N., "Economia turismului", Expert Publishing House, Bucharest, 2001
- Vișan S., Angelescu A., Alpopi C., "Environment: pollution and protection", Economica Publishing House, 2000
- Bran F., Marin D., Simon T., "Turism rural", Editura Economică, 1997
- Ionescu I., "Social, economic and cultural tourism", Bucharest, Oscar Prinț Publishing House, 2000
- Hapenciuc C. V., "Statistical research in tourism", Editura Didactica și Pedagogica R.A. Bucharest, 2003
- Nedelea A., "Piața turistică", Bucharest, Editura Didactică și Pedagogică, 2003

- Nistoreanu P., "Management in tourism and services", Bucharest, ASE Publishing House, 2005
- Istrate L., Bran F., Roșu A.G., "Economia turismului și mediului înconjurător", Bucharest, Editura Economică, 2000
- Stănciulescu G., "Economia turismului", Bucharest, Expert Publishing House, 2001
- Boghean C., "Economia Turismului", course support, 2011
- Erdeli G., Gheorghilaș A., "Amenajări Turistice", University Publishing House, 2006
- * Law no. 350/2001 on spatial and urban planning, Official Gazette no. 373 of 10 July 2001
- * Law 453/2001 for the completion of Law no. 50/1991 on the authorization of construction works and some measures for the realization of housing, Official Gazette, no. 431 of 1 August 2001
- Băltărețu A.M., "Amenajarea turistica și dezvoltarea urbană", Editura Universitară, 2010
- Neacșu N., Glăvan V., Baron P. and Neacșu M., "Geografia e economia turismului", ProUniversitaria Publishing House, 2011
- Cândrea M., Erdeli G., Simion T., "Potențialul turistic al României și amenajarea turistică a spaziu", University Publishing House Bucharest, 2003
- Gavrilescu E., "Sources of pollution and environmental pollutants", Sitech Publishing House, 2007
- Muntean I. O., "Ecology and environmental protection", Emia Publishing House, 2007

- Bica I, "Elemente de impact asupra mediu", Matrix Rom Publishing House, Bucharest, 2000
- www.edu.ro
- www.ise.ro/digital/
- www.youtube.com
- www.wikipedia.org - the free encyclopedia
- Document-politici-curriculum_final_23decembrie.pdf (ise.ro)
- <https://digitaledu.ro/platforme-educationale>
- www.eduonline.roedu.net
- www.emalascoala.ro/aplicatii-online-si-resurse
- www.mozaweb.com
- www.etwinning.ro
- www.elearning.ro

ACERCA DE

Nuestra escuela secundaria está ubicada en el condado de Valcea, a 200 km al norte de Bucarest, la capital de Rumania, en una pequeña ciudad, Calimanesti (área urbana) - 9000 habitantes, a 18 km de Ramnicu Valcea, la ciudad más grande de nuestra área (condado). El lugar está rodeado de montañas, un famoso centro turístico de montaña en Rumania cuya principal actividad es el turismo, tratamiento de spa termal con más de 160.000 turistas cada año (extranjeros y de Rumania). La Escuela Superior Tecnológico Vocacional de Turismo cuenta con unos 400 alumnos (14-19 años y 2 clases de postsecundaria para adultos-), 40

profesores e instructores; 20 alumnos de familias Romma, 40 alumnos con necesidades especiales (abandono escolar prematuro, dificultades de aprendizaje, discapacidades físicas o problemas de conducta), niños de familia monoparental (padre o madre o ambos trabajando en el extranjero en otro país), muchos alumnos se ven obligados a trabajar durante la escuela para tener dinero (mal estado). La mayoría debe afrontar el problema de la adaptación y el bullying entre iguales por estos hechos y además amenaza o intimida a sus compañeros.

Especializaciones:

- Bachillerato: Actividades Económicas y Financieras (Contabilidad), Turismo, Hostelería y Restauración
- Escuela vocacional: Camareros y Chefs – en el campo Gastronómico y Hotelero, Banquetes (planificador de eventos)
- Escuela postsecundaria de actividades agromontañas

Nuestros principales objetivos son: ser más reconocibles en la comunidad local y a nivel nacional y europeo mediante:

- proporcionar desarrollo personal y profesional a los estudiantes para que se conviertan en ciudadanos activos en la comunidad, participen en la vida laboral, cívica y profesional, asegurando la igualdad de oportunidades de acceso a la educación vocacional y técnica y el desarrollo profesional de cada estudiante en función de las aspiraciones y el potencial de aprendizaje individual ;
- garantizar condiciones de calidad en la organización y conducción de los procesos de gestión, educación y formación en cada escuela que organiza la educación técnica y profesional;
- brindar oportunidades de desarrollo profesional a cada estudiante para que adquiriera las habilidades para las cuales le dan oportunidades de empleo en los oficios u ocupaciones que ofrece el mercado laboral

local, comarcal, regional, nacional, y para que continúe aprendiendo a lo largo de la vida, para adaptarse a los cambios tecnológicos específicos de la economía del conocimiento. ;

- proporcionar educación comunitaria y oportunidades de capacitación para estudiantes en áreas de gran interés: hoteles, servicios, finanzas, actividades económicas, gastronomía, -. Con acciones de gran responsabilidad y calidad, perseguimos las necesidades de aprendizaje de los egresados para integrarse a las actividades profesionales y alcanzar los altos estándares de desempeño de la Unión Europea; - reducir las diferencias sociales y de necesidades específicas, luchar contra la violencia y el acoso escolar Nuestra institución tiene experiencia en el desarrollo e implementación de proyectos educativos y asociaciones de varios tipos y en particular aquellos con financiación europea; El último proyecto ganó el premio II (exposición y presentación) al mejor proyecto Erasmus Rumano en nuestro país al concurso Made for Europe 2019.



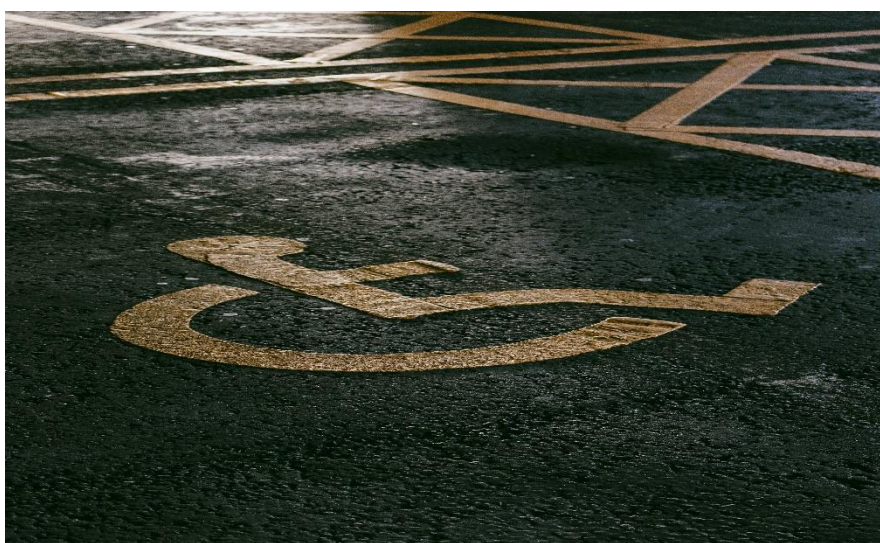
5. Cómo promover la empleabilidad de los trabajadores con discapacidad

**Syllogos Ekpaidefsis Kai Anaptixis
Atomon Me Idikes Angkes**

1. INTRODUCCIÓN

El trabajo es la actividad humana con resultado útil, así como el ejercicio del trabajo en una sociedad organizada. Es la actividad total en relación con un objeto o una unidad de trabajo y concierne al trabajo diario, la ejecución de tareas por motivos de subsistencia, el cuerpo de los trabajadores, la producción del trabajo y el proceso productivo. En las sociedades modernas, el empleo es un referente clave en la vida de los ciudadanos. La percepción del empleo en ellos ya no se limita únicamente a la fuente de ingresos de una persona sino que está indisolublemente ligada a una forma de identificarse ya que puede lograr desarrollo y crecimiento personal, seguridad y satisfacción emocional. Para muchas personas con discapacidad, el derecho al trabajo es un elemento clave en la lucha por la igualdad de derechos.

Según estadísticas de las Naciones Unidas, alrededor del 15% de la población mundial tiene algún tipo de discapacidad y al menos 785 millones están en edad de trabajar (15-59 años). En la Unión Europea (UE 28), según una encuesta de Eurostat (2019) se estima que el 26,1% de los ciudadanos adultos declara tener alguna discapacidad y encuentra obstáculos para su plena participación en la vida social y económica. (GED & EMPLAB & Menze, J. 2015).



<https://unsplash.com/s/photos/employment-disabled>

Las personas con discapacidad tienen tasas de desempleo más altas y, cuando trabajan, es más probable que se les pague menos que a las personas sin discapacidad. En la Europa de los 28, la tasa de empleo de las personas sin discapacidad es del 66,9 %, mientras que la de las personas con discapacidad es del 47,3 %. También hay una gran variación en los porcentajes relacionados con la educación y el aprendizaje permanente.

La principal causa de la pobreza y la exclusión social es la falta de igualdad de oportunidades de empleo para las personas con discapacidad. En Europa, las tasas de riesgo de pobreza y exclusión social para las personas sin discapacidad mayores de 16 años rondan el 20 %, mientras que para las personas con discapacidad parecen rondar el 30 %. Las tasas de desempleo han aumentado drásticamente en los últimos años debido a la crisis financiera mundial. Los colectivos de ciudadanos pertenecientes a los denominados colectivos vulnerables, a los que pertenecen las personas con discapacidad, son los más directamente afectados por la crisis y el desempleo. Históricamente, las personas con discapacidad han enfrentado múltiples barreras para ingresar al mercado laboral, y la exclusión del mismo ha llevado a la pobreza y severas dificultades de supervivencia.

Además, la Estrategia Europea sobre Discapacidad establece cinco áreas clave de actuación: Accesibilidad, Participación, Igualdad, Empleo, Educación y Formación. En cuanto al empleo, se mencionan los siguientes:

«4 - Empleo

Los trabajos de calidad aseguran la independencia financiera, promueven el prestigio personal y protegen contra la pobreza.

Sin embargo, la tasa de empleo de las personas con discapacidad es solo de alrededor del 50%. Para lograr los objetivos de desarrollo de la UE, debe aumentarse el número de personas con discapacidad que tienen un empleo remunerado en el mercado laboral abierto. La Comisión aprovechará al máximo las oportunidades que ofrece la Estrategia Europa y su programa de nuevas cualificaciones y empleos proporcionando a los

Estados miembros análisis, orientación política, intercambio de información y cualquier otro tipo de apoyo. Mejorará el conocimiento sobre la situación profesional de mujeres y hombres con discapacidad, identificará áreas problemáticas y propondrá soluciones. Se ocupará especialmente de los jóvenes con discapacidad durante su transición de la educación al empleo. Se abordará el tema de la movilidad interprofesional en el mercado laboral abierto y en laboratorios protegidos a través del intercambio de información y aprendizaje mutuo. También se abordará el tema del autoempleo y empleos de calidad, incluyendo aspectos como las condiciones de trabajo y el desarrollo profesional, con la participación de los interlocutores sociales. La Comisión reforzará su apoyo a las iniciativas voluntarias para promover la gestión de la diversidad en el lugar de trabajo, como los Estatutos de la Diversidad de los Empleadores y una Iniciativa de Emprendimiento Social.

La acción de la UE apoyará las iniciativas nacionales encaminadas a: analizar la situación del mercado laboral de las personas con discapacidad • combatir las prestaciones por discapacidad y otros métodos de captura que les disuaden de entrar en el mercado laboral; mediante el uso del Fondo Social Europeo (FSE) • desarrollar políticas activas del mercado laboral • mejorar la accesibilidad del lugar de trabajo • desarrollar servicios de colocación laboral, estructuras de apoyo y formación en el puesto de trabajo • promover el uso del reglamento de exención general que permite la concesión de Ayuda estatal sin notificación previa a la Comisión. Crear las condiciones adecuadas para que más personas con discapacidad se ganen la vida en el mercado laboral abierto.

Unión por la Igualdad: Estrategia por los Derechos de las Personas con Discapacidad 2021-2030 “Las personas con discapacidad tienen derecho a gozar de buenas condiciones en el trabajo, a vivir de forma independiente, a la igualdad de oportunidades, a participar plenamente en la vida de su comunidad. Todos tienen derecho a una vida sin barreras. Y es nuestra obligación, como comunidad, asegurar su plena participación en la sociedad, en igualdad de condiciones con los demás”.

Presidenta de la Comisión von der Leyen

2. ENFOQUE "MÉDICO" Y ENFOQUE "SOCIAL" DE LOS EMPLEADOS

La discapacidad es un fenómeno multidimensional. Por lo tanto, cuando tratamos de definirlo y clasificarlo, encontramos en nuestra experiencia diaria que ninguno de los dos (2) procedimientos es fácil. La comprensión de los conceptos de incapacidad e invalidez, así como el "paso" de uno a otro, ha sido objeto de controversia y reflexión.



https://www.freepik.com/free-vector/volunteers-helping-disabled-friends-outdoor-walking_9652120.htm#query=disability%20work&position=0&from_view=keyword

No existe una definición común de "discapacidad" en Europa, ni un sistema común para evaluar y clasificar las discapacidades. El hecho de que existan diferentes sistemas de clasificación y evaluación de la discapacidad en los Estados miembros y, por tanto, distintas percepciones sobre "quién puede ser considerado una persona con discapacidad" tiene múltiples implicaciones. Los diferentes sistemas de clasificación de discapacidades hacen que sea extremadamente difícil mapear el estado de las personas con discapacidades y cuantificarlas. Al mismo tiempo, los diferentes sistemas para clasificar y evaluar la discapacidad y las diferentes definiciones de discapacidad no permiten un único enfoque de intervención. Por ejemplo, la adopción de un enfoque de la discapacidad centrado en la medicina, que la vincula a la pérdida física o mental,

enfatisa demasiado la necesidad de que la persona discapacitada reciba una intervención médica y un cuidado individual, y exclusivo, trasladando la responsabilidad al nivel de intervención en el Estado Nacional Griego. Confederación de Personas con Discapacidad (2005).

Por lo contrario, aceptar una concepción más social de la discapacidad -que precisamente enfatiza la contribución de una serie de variables ambientales que exacerban la discapacidad- nos lleva a una forma diferente de gestionar. Este se enfoca en las políticas y prácticas de integración, requiriendo que todos los miembros de la sociedad tomen acción social y asuman responsabilidad colectiva.

Basado en el enfoque anterior, “una persona con una discapacidad física puede experimentar discapacidad en un entorno y no en otro, dependiendo de si el entorno tiene o no barreras y ayudas. Por ejemplo, una persona con paraplejía experimenta discapacidades de movilidad en un entorno inaccesible. si no tiene silla de ruedas (ayudas), pero si el entorno es accesible y siempre hay una silla de ruedas disponible para su uso, esta persona no tendrá restricciones de movilidad, sin embargo, la persona en todos los casos anteriores es la misma y sigue siendo la misma. tiene paraplejia "Confederación Nacional Griega de Personas con Discapacidad (2005).

La Organización Mundial de la Salud (OMS), con el fin de aclarar las "áreas grises" relacionadas con la definición de discapacidad y la clasificación de las discapacidades y para redefinir las intervenciones requeridas, adopta un enfoque social al definir los siguientes conceptos:

Deficiencia: cualquiera pérdida o anormalidad de una estructura o función psicológica o anatómica.

Minusvalía: Cualquiera limitación o falta (resultante de un daño) de la capacidad de un individuo para realizar una actividad dentro de los límites o de una manera que se considera normal para un ser humano.

Discapacidad: La incapacidad de una persona en particular, resultante

de una lesión o invalidez (un trastorno orgánico, mental o funcional), que limita o impide el desempeño de una función que es normal para esa persona (en relación con la edad, el género y las condiciones sociales y económicas). factores culturales).

Aunque el contexto de la Clasificación Internacional de Lesiones, Incapacidades y Discapacidades establece la importancia del entorno social y la responsabilidad colectiva para la exclusión de las personas con discapacidad (y también se refiere a las características personales particulares de la persona con discapacidad), la Confederación Nacional Griega de Personas con Discapacidad (2005), el modelo de evaluación de discapacidad más frecuente para todos los estados miembros europeos es el centrado en la medicina. De hecho, todas las clasificaciones de discapacidad actuales en la Unión Europea se basan en el enfoque médico de la discapacidad. No reconocen el impacto que las actitudes más amplias de discriminación y falta de estructuras sociales tienen sobre los discapacitados, los niños y los adultos.

3. DISCAPACIDAD-EMPLEABILIDAD

De acuerdo con la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, las Naciones Unidas, desde 2006, no solo "prohíbe la discriminación por motivos de discapacidad en todos los asuntos relacionados con todas las formas de empleo, incluidas las condiciones de contratación, contratación y empleo, continuación de empleo, desarrollo profesional y condiciones de trabajo seguras y saludables" (artículo 27, 1. (a)), pero también "promoción de oportunidades de empleo y desarrollo profesional para las personas con discapacidad en el mercado laboral..." (artículo 27, 1. (e)), así como ". . . oportunidades para el autoempleo, el espíritu empresarial, el desarrollo de cooperativas y la creación de su propio negocio "(Artículo 27, 1. (f)).

La mayoría de los trabajos actuales no se basan en una actividad física extenuante y, para aquellos que sí lo están, a menudo se encuentran disponibles las herramientas adecuadas para ayudar a las personas con

discapacidades físicas a mantenerse activas e integradas en la fuerza laboral. De igual forma, existen hoy herramientas que no existían en generaciones anteriores, como el teletrabajo, que pueden permitir que las personas con discapacidad intelectual puedan seguir trabajando (Areheart, Stein. 2015). Varios factores pueden influir en los tomadores de decisiones, como la empatía de los empleadores por el empleado, su actitud hacia las personas con discapacidad, su experiencia y conocimiento de la legislación sobre discapacidad (Telwatte, A., Anglim, J., Wynton, S.K. Molding, R. 2017). Los empleados con discapacidad reportan experiencias más positivas cuando los recursos humanos específicos y generales, los gerentes de línea, los colegas y ellos mismos tienen más experiencia con los problemas de discapacidad.



<https://unsplash.com/s/photos/empopability-disabled>

Kulkarni y Gopakumar exploraron las barreras para el éxito profesional y describieron cómo tanto las personas con discapacidad como los miembros de la organización desempeñan un papel en la configuración de

la carrera de un empleado. En términos de desarrollo sostenible, los trabajadores muy jóvenes involucrados en la compleja transición a la edad adulta merecen una atención especial. Los mayores desafíos y vulnerabilidades en la transición son evidentes entre los trabajadores jóvenes con discapacidades porque enfrentan desafíos adicionales relacionados con su discapacidad además de lo que otros están experimentando en esta etapa de desarrollo. Estos desafíos se identifican en la construcción de su yo social, ganando independencia y construyendo roles estables en el mundo social. Los trabajadores con discapacidad se enfrentan a más dificultades, ya que a menudo están socialmente marginados, dependen más de su familia y tienen menos opciones para sus futuras carreras. en comparación con aquellos empleados que suelen crecer junto a sus compañeros.

El tema de la independencia y la autodeterminación adquiere así una especial trascendencia en relación al mundo de la discapacidad. La transición al mundo laboral y la adquisición de un puesto de trabajo parece ser percibida por las personas con discapacidad como una forma de demostrar su "normalidad" y, por tanto, como formas de combatir normas socialmente opresivas que no reconocen la compatibilidad de la discapacidad con el empleo, la independencia vivir la sexualidad y la paternidad (Vlachou, A., Papananou, I. 2018). El trabajo es un aspecto que permite el logro y desarrollo de la independencia y es la clave para el bienestar de las personas con discapacidad. Así lo confirma un estudio de Bassi y DelleFave donde el trabajo es reconocido como una experiencia óptima por el 90% de las personas con discapacidad.

Poco se sabe sobre las primeras experiencias laborales y el desarrollo de habilidades de los jóvenes con discapacidad (Lindsay, S .; Adams, T .; McDougall, C .; Sanford, R. Skill 2012). La investigación anterior muestra que la discapacidad es una barrera para asegurar y mantener el empleo, pero se sabe poco sobre los factores específicos que contribuyen a estos malos resultados, y se sabe aún menos sobre los factores y procesos que

pueden mejorarlos. En la escasa literatura existente se ha dedicado un espacio especial al estudio de la influencia de la autodeterminación (entendida como autonomía individual, autorregulación y empoderamiento psicológico) y la autorrealización (Smith, P., Routel, C. 2010) durante la transición a la edad adulta discapacidad mental y trastornos especiales del lenguaje. En particular, se examinó el papel de este recurso en relación con los resultados relacionados con el trabajo, destacando las correlaciones positivas con las tasas de empleo, los niveles de ingresos y la gestión financiera. La autodefensa fue reconocida como un predictor de éxito laboral después de la finalización del estudio, ya que demostró ser un motivador que conduce a las actividades de búsqueda de empleo (Ardore, V. 2013). El papel de las habilidades sociales, el autocontrol y la cooperación también se destaca en la interacción efectiva con los demás y en el éxito para obtener y conservar un trabajo.

4. MÉTODOS DE INTEGRACIÓN LABORAL PARA DISCAPACITADOS

De vez en cuando se han utilizado varios métodos para integrar a las personas con discapacidad en el empleo. Las principales, que se denominan “formas alternativas de empleo”, son las siguientes:



<https://www.freepik.com/vectors/office-character>

Empleo protegido - Laboratorios Productivos Protegidos

El empleo protegido puede adoptar muchas formas, p. trabajo en equipo en Laboratorios especialmente diseñados para personas con discapacidad, trabajo en condiciones protegidas en empresas con el apoyo de un supervisor, trabajo en el departamento de una empresa especialmente diseñada para la contratación de personas con discapacidad, etc.

A través de esta modalidad, se brinda a las personas con discapacidad la oportunidad de adquirir competencias y servicio previo para el desempeño de trabajos específicos que también se encuentran en el mercado laboral abierto. De esta manera, las personas con discapacidad están protegidas de los riesgos, la competencia, el fracaso y la frustración que pueden experimentar en el mercado laboral abierto, lo que generalmente conduce a una baja autoestima.

El término "empleo protegido" no tiene el mismo significado en todos los Estados miembros de la UE. En algunos de ellos, los empleados son considerados trabajadores y disfrutan exactamente de los mismos derechos que los demás trabajadores pero en otros no.

Los Laboratorios Productivos Protegidos (PPL) tienen una larga historia en los Estados Unidos. Entre los primeros está el de la Escuela Perkins para Ciegos ("Per-kins - Escuela para Ciegos") alrededor de 1840 (Marvin Rosen, Albert Bussone, Peter Dakunchak, Jr. John Cram. 1993). En Europa hay muchos más laboratorios protegidos en el Norte que en los países mediterráneos.

Cabe señalar que las PPL que brindan servicios de empleo protegido a menudo implementan programas de empleo con apoyo y, por esta razón, los términos "protegido" y "con apoyo" a menudo se confunden. Sin embargo, estos son dos métodos diferentes. En el empleo protegido las prácticas son mayoritariamente grupales, mientras que en el empleo con apoyo son individuales. También estos modelos pueden tener lugar en combinación. Por ejemplo, una persona con discapacidad que ha

trabajado en un laboratorio protegido puede en algún momento ser colocada en un puesto de trabajo en el mercado laboral abierto.

Empleo con apoyo

El método de "Empleo con Apoyo" fue desarrollado en Canadá en la década de 1980 por Mark Gold y Mike Callahan en un esfuerzo por integrar a las personas con discapacidades severas en la sociedad (por ejemplo, personas con discapacidades intelectuales, etc.) que hasta ese momento se capacitaban y vivían en instituciones o trabajado en laboratorios protegidos (Arbounioti B. 2003: 3).

El objetivo del modelo de empleo con apoyo es celebrar un contrato de trabajo formal que incluye salario y seguro. Basado en el método de "orientación sistemática", la formación del candidato comienza con la formación de tráfico en la ciudad, si es necesario, y sigue todos los pasos para el desarrollo del comportamiento y la práctica profesional.

Empleo personalizado

El "empleo personalizado" hace hincapié en la elección, las necesidades, las aspiraciones, las capacidades, las habilidades, los talentos y las calificaciones individuales de la persona con discapacidad (Gottlieb Aaron, Myhill N. William y Blanck Peter. 2010). La identificación de todo lo anterior es la base para iniciar la comunicación con un empleador. Luego, las capacidades, habilidades y talentos del individuo se combinan con las necesidades del empleador o los requisitos de la actividad empresarial que la persona discapacitada desea realizar. En el empleo a medida, los puestos de trabajo se negocian para adaptarse al máximo a las necesidades especiales de las personas con discapacidad. Cabe señalar que en este modelo alternativo de empleo los ajustes razonables (disposición ergonómica del puesto de trabajo, ajuste de tareas laborales, ajuste de jornada, etc.) encuentran su plena aplicación.

El empleo a medida se basa en principios, servicios y estrategias anteriores, en especial los del empleo con apoyo, y da como resultado el

diseño de puestos de trabajo individualizados. En nuestro país no existe un marco institucional para el empleo personalizado. El modelo de empleo personalizado se aplica electrónicamente solo en los EE. UU.

5. BENEFICIOS SOCIALES Y EMPRESARIALES DEL EMPLEO DE DISCAPACITADOS

Beneficios sociales

La integración laboral de las personas con discapacidad contribuye a la reducción de la tasa de desempleo global, a la expansión de la fuerza laboral, al aumento de los recursos de los sistemas de seguridad social, a la reducción de la tasa de pobreza, al aumento de sus ingresos, que por lo general se basan en exiguos subsidios por discapacidad, aumentando su poder de consumo y, en consecuencia, aumentando la productividad.

En cuanto al poder de consumo de las personas con discapacidad, lo que suele pasarse por alto es que no solo son consumidores de bienes y servicios especiales (por ejemplo, tecnología de asistencia, servicios médicos, etc.), sino de todos los bienes y servicios proporcionados.

La Comunicación de la Comisión Europea sobre "Modernización de los sistemas de protección social" establece que la proporción de personas mayores en la población total aumentará en 2125 del 21% al 30%. Así, el envejecimiento de la población a nivel europeo, y más aún en nuestro país, que tiene como consecuencia la reducción de la población activa, con las relativas consecuencias económicas en los sistemas de seguridad social, impone ahora la integración en el empleo de grupos de población que hasta hoy estaban excluidos, como p. es el grupo de población de personas con discapacidad.

Beneficios de negocio

Algunos de los beneficios que un empleador o empresa puede obtener al contratar a personas con discapacidad o enfermedad crónica son:

a) Mejora de la imagen y reputación corporativa. Mejorar la reputación de la empresa como socialmente consciente inspira confianza en sus empleados, clientes y socios y conduce a una mayor productividad, expansión de la base de clientes y una mejor colaboración con los proveedores.

b) Apertura a una gran audiencia de consumidores. La contratación de personas con discapacidad o enfermedades crónicas aumenta la probabilidad de atraer clientes con discapacidad o enfermedades crónicas y, en consecuencia, a sus familiares y amigos, lo que ayuda a aumentar la rentabilidad del negocio. Además, los empleados con discapacidades o enfermedades crónicas pueden ayudar a una empresa a desarrollar estrategias de marketing efectivas para atraer clientes con discapacidades o enfermedades crónicas, ayudando a la empresa a comprender las necesidades de esta audiencia de consumidores y diseñar productos y servicios que satisfagan sus necesidades.

c) Potenciando la innovación empresarial. Las personas con discapacidad o enfermedades crónicas, como agentes de diferentes experiencias, pueden contribuir a la difusión de la dimensión de la innovación en la empresa (por ejemplo, desarrollo de nuevas políticas y prácticas, producción de servicios y productos de nueva generación, etc.).

6. OBSTÁCULOS A LA EDUCACIÓN

Una barrera importante que enfrentan las personas con discapacidad en el empleo es la falta de acceso a la educación. La educación, como la capacitación, es un factor importante para encontrar un trabajo y obtener un ingreso razonable. Sin embargo, a los niños con discapacidad a menudo se les niega el acceso a la educación y capacitación formales, lo que es una barrera para sus habilidades potenciales.

Se ha encontrado que un mayor nivel de educación obtenido por personas con discapacidad se asocia positivamente con el empleo (Achtenberg T. J. et al (2009). El nivel de educación primaria o el bajo nivel

de educación se asoció con una menor probabilidad de empleo en comparación con el nivel de educación secundaria superior o terciaria. y también se encontró que las mujeres tenían menos probabilidades de estar empleadas que los hombres. La educación es un factor importante en el bienestar personal, así como una forma de limitar los costos sociales y económicos. El derecho a la educación de los niños discapacitados se establece explícitamente en el artículo 24 de la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, que establece la necesidad de que los gobiernos aseguren el acceso equitativo a un “sistema de educación inclusivo en todos los niveles” y proporcionen ajustes razonables y servicios de apoyo personal a las personas con discapacidad para facilitar su educación.

Además, en 2014, OPM (grupos focales y entrevistas cualitativas) e Ipsos MORI (encuesta nacional) realizaron una encuesta en el Reino Unido, en asociación con la agencia de discapacidad SCOPE para comprender las prioridades de cambio de las personas con discapacidad. En esta investigación se afirma que, en relación a la educación, surgen muchos obstáculos en las aulas, y en el resultado educativo, que afectan el sentimiento de confianza y autoestima.

Los jóvenes han señalado experiencias negativas en la educación, particularmente en las escuelas ordinarias. Muchas de estas personas han sido acosadas por sus compañeros no discapacitados y reportaron la sensación de infelicidad y aislamiento. Los estudiantes con discapacidades que cambiaron de escuela, de educación general a educación especial, se sintieron más incluidos. También se han informado problemas relacionados con la falta de ayuda y apoyo personalizados. Además, se informó que los participantes experimentaron discriminación en términos de estigma y suposiciones inexactas. Los maestros tenían expectativas más bajas de los estudiantes con discapacidades, no los animaron a desarrollarse más y alcanzar sus metas y hubo testimonios de estudiantes que los maestros no permitieron que estos estudiantes participaran en cursos que eran demasiado avanzados para ellos. En un informe de la Organización Mundial de la Salud sobre discapacidad (2011), se

mencionan como barreras a la educación y problemas escolares las siguientes:

- Programa educativo y pedagogía: se necesitan enfoques flexibles de la educación para responder de acuerdo con las diferentes necesidades de cada alumno, como métodos de enseñanza, materiales educativos en un formato accesible. Cuando los anteriores están ausentes, existe un mayor riesgo de exclusión para los niños con discapacidad.
- Capacitación y apoyo inadecuados para los maestros: las clases a menudo están abarrotadas, los maestros no tienen tiempo para apoyar las necesidades de cada niño en particular, falta capacitación especial, los maestros y los asistentes de clase también están ausentes.
- Barreras físicas: Hay muchas barreras físicas que impiden que los estudiantes con discapacidades accedan a los edificios escolares. Además, puede haber problemas con escaleras, pasillos estrechos, asientos inadecuados o baños inaccesibles en el entorno escolar más amplio.
- Etiquetado: etiquetar a los niños tiene efectos negativos como la estigmatización, el rechazo de los compañeros, expectativas más bajas y un potencial limitado. Una acción contra el etiquetado, como ha demostrado una investigación relevante en los EE. UU., puede tener resultados positivos para la inclusión de los niños.
- Barreras de comportamiento: estas incluyen bajas expectativas de rendimiento académico.
- Violencia, intimidación y abuso: Los niños con discapacidades enfrentan un mayor riesgo de violencia por parte de los maestros, otros miembros del personal y compañeros.

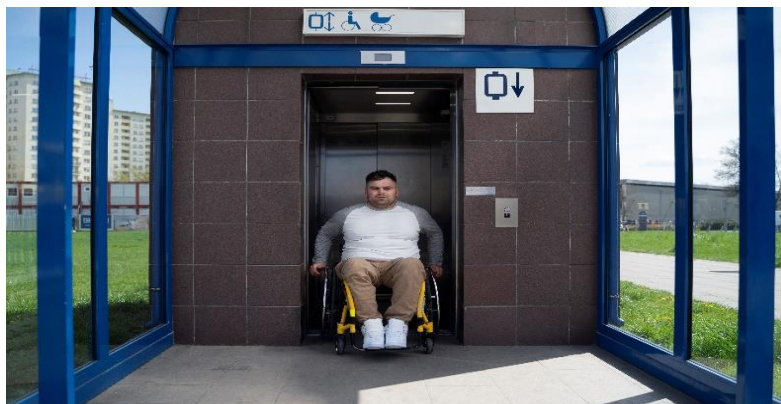
Todo lo anterior subraya que los niños deben tener el mismo acceso a la educación y la misma calidad de los servicios. Dado que existe un fuerte vínculo entre la educación y el empleo, las habilidades y cualificaciones

más bajas tienen consecuencias a largo plazo para la empleabilidad de las personas con discapacidad.

7. OBSTÁCULOS PARA EL EMPLEO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

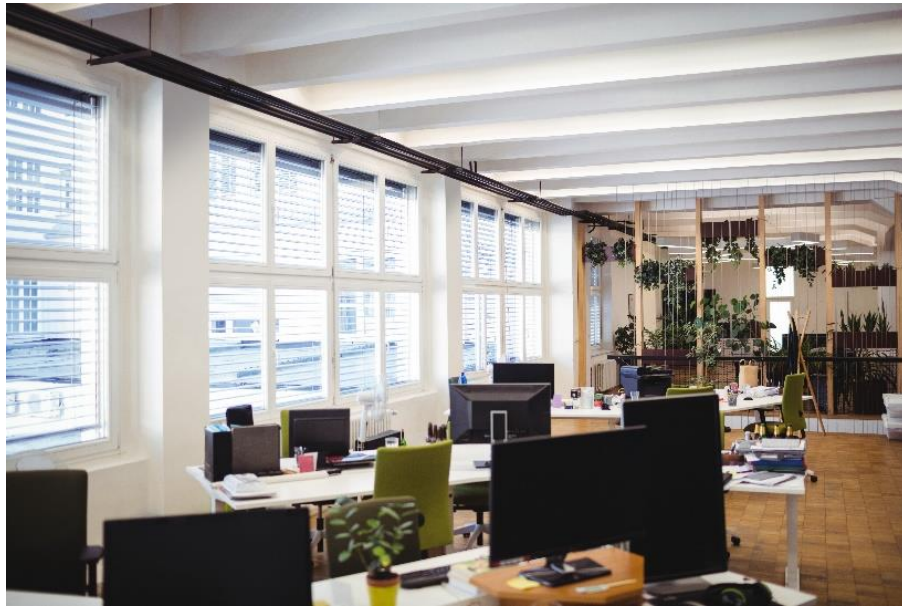
“Obstáculo” significa todo aquello que pone una barrera a la autonomía y participación igualitaria de las personas con discapacidad o enfermedades crónicas en el mundo del trabajo. Los principales obstáculos que encuentra una persona con discapacidad en el ámbito laboral son los siguientes:

a) **Barreras arquitectónicas**, que se refieren al diseño de los edificios donde se ubican los lugares de trabajo, tanto dentro como alrededor de ellos (por ejemplo, estacionamientos, tamaño de los ascensores, escaleras en lugar de rampas), la calidad de los materiales utilizados (por ejemplo, pisos resbaladizos), etc.;



<https://www.freepik.com/photos/wheelchair>

b) **Barreras ergonómicas**, que se relacionan con los objetos del lugar de trabajo (p. ej., muebles), que se colocan de tal manera que no puedan ser abordados por discapacitados (p. ej., usuarios de sillas de ruedas);



<https://www.freepik.com/photos/office>

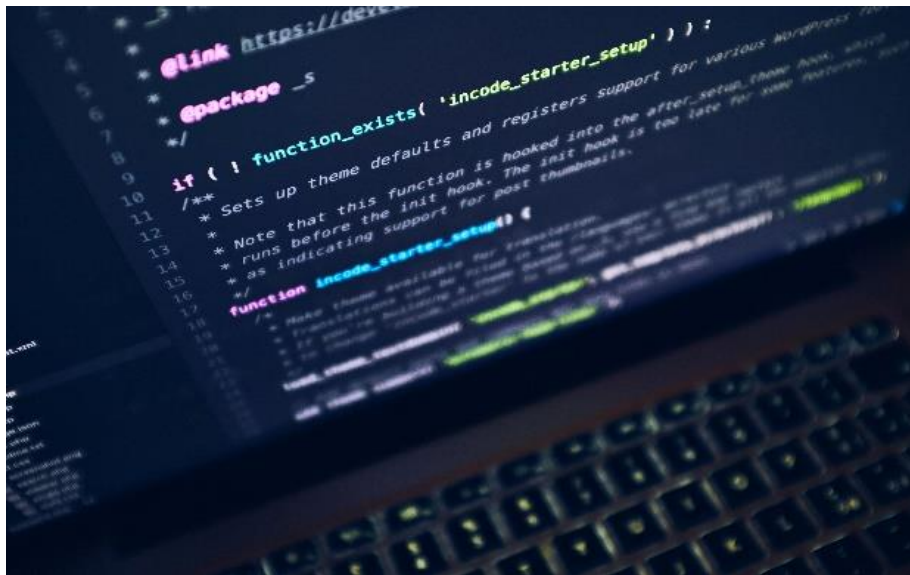
c) **Barreras ideológicas**, que se relacionan con percepciones y actitudes negativas hacia los empleados con discapacidades o enfermedades crónicas (p. ej., estas personas no pueden cumplir con los requisitos de su trabajo y ser igual o más productivas);



<https://unsplash.com/s/photos/chronic-diseases>

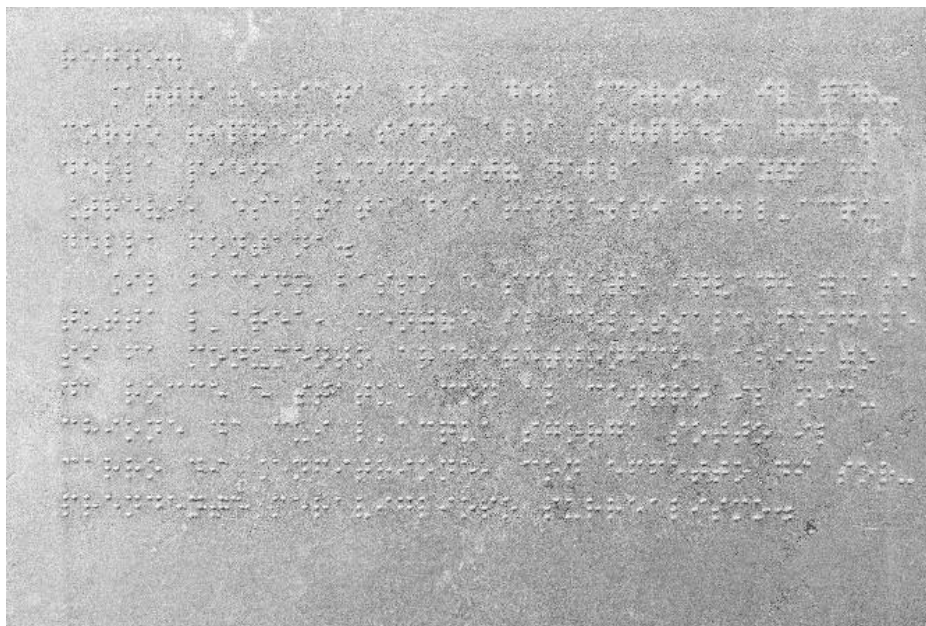
d) **Barreras tecnológicas**, que se refieren al uso de medios y aplicaciones tecnológicas que no satisfacen las necesidades de las personas con discapacidad (por ejemplo, aplicaciones electrónicas de la

empresa que no son accesibles para los empleados con discapacidad y, por lo tanto, no pueden usarlas);



<https://unsplash.com/s/photos/electronic-applications>

e) **Barreras relacionadas** con la información y la comunicación, relacionadas con la falta de medios accesibles de información (por ejemplo, disponibilidad de textos en formatos alternativos, como Braille) y comunicación (por ejemplo, provisión de interpretación en lenguaje de señas);



<https://unsplash.com/s/photos/braille>

Además de las barreras anteriores, existen barreras más específicas que enfrentan las personas con discapacidad dependiendo de su tipo de discapacidad.



Indicativamente specificando:

269

II) Personas con discapacidad sensorial: Las personas sordas e hipoacúsicas enfrentan obstáculos en la información, cuando se brinda únicamente a través de sistemas de audio, y en la comunicación oral, cuando no hay interpretación en lengua de señas. Las personas ciegas y deficientes visuales se enfrentan a obstáculos relacionados con su orientación en el espacio (falta de contrastes de color en las paredes, falta de señalización en relieve, etc.).

8. HERRAMIENTAS DE ELIMINACIÓN DE OBSTÁCULOS

I) **Accesibilidad.** Se entiende por "accesibilidad" aquella característica del entorno (físico, estructurado o electrónico), del servicio o del bien que garantice el acceso y uso autónomo, seguro y cómodo por parte de todos los usuarios sin discriminación de sexo, edad, discapacidad y otras características (física, fuerza, percepción, etc.). "Diseño Universal" o "Diseño para Todos" significa el diseño de productos, entornos, programas y servicios que puedan ser utilizados por todas las personas, en la mayor medida posible, sin necesidad de personalización o diseño especializado. El término "diseño universal" no excluye los dispositivos de asistencia para grupos específicos de personas con discapacidad cuando sea necesario (consulte el artículo 2 de la Convención de las Naciones Unidas sobre los derechos de las personas con discapacidad). La diferencia entre accesibilidad y diseño universal es que este último tiene en cuenta la accesibilidad desde el diseño original.

II) **Ajustes razonables.** "Ajustes razonables" significa "ajustes y arreglos necesarios y apropiados que no impongan una carga desproporcionada o irrazonable, cuando se requiera en un caso particular, para asegurar a las personas con discapacidad el goce o ejercicio, en igualdad de condiciones con los demás, de todos los derechos humanos y libertades fundamentales" (artículo 2 de la Convención de la ONU). Además, la legislación establece que el empleador está obligado a tomar todas las medidas apropiadas caso por caso para que las personas con discapacidad o enfermedades crónicas tengan acceso a puestos de trabajo, así como la

posibilidad de participar en la formación profesional, siempre que tales medidas no impongan una carga desproporcionada al empleador (es decir, su costo no sea tan alto como para crear un problema financiero para la empresa). La carga no se considera desproporcionada cuando se compensa adecuadamente con medidas de protección adoptadas en el contexto de la formulación de políticas para personas con discapacidades o enfermedades crónicas (por ejemplo, una subvención empresarial patrocinada por el estado para realizar ajustes razonables a los trabajadores con discapacidades o enfermedades crónicas). La condición para la implementación de un ajuste razonable es que el empleado lo solicite cuando la discapacidad/condición crónica no sea evidente. Si es obvio, entonces el empleador puede preguntar cortésmente al empleado qué tipo de ajustes necesita para poder cumplir con sus funciones. Los "ajustes razonables" no son sinónimo de "accesibilidad", ya que los primeros son individualizados, mientras que los segundos conciernen a todas las personas con discapacidad como grupo. Los "ajustes razonables" se refieren brevemente a: a) la adecuación de las instalaciones del edificio de la empresa (p. ej., construcción de una rampa para que un trabajador - usuario de silla de ruedas pueda moverse cómodamente), b) la adecuación del lugar de trabajo y del mobiliario (p. ej., una silla de ruedas - oficina accesible), c) la provisión de tecnología asistiva (ej. equipos, software, ayudas técnicas), d) la modificación de políticas/procedimientos/prácticas implementadas por la empresa y que dificultan al trabajador con discapacidad o enfermedad crónica (por ejemplo, horarios de trabajo flexibles, capacidad para trabajar desde casa, procedimientos para el escape de trabajadores discapacitados en emergencias, etc.), e) la provisión de "formas de asistencia en vivo e intermediarios", como intérpretes de lenguaje de señas, lectores ciegos y asistentes, personal formadores para el aprendizaje de la materia de trabajo para personas con discapacidad intelectual, etc.

III) Información/concienciación del personal. La información/concienciación del personal en temas de discapacidad/enfermedad crónica e igualdad de trato contribuye significativamente a la creación de un entorno favorable para los

empleados con discapacidad. Para la implementación de acciones de información/concientización, la empresa puede cooperar con las organizaciones de personas con discapacidad y enfermedades crónicas.

9. MEDIDAS DE ACCIÓN POSITIVA

No cabe duda que la exclusión de los grupos socialmente vulnerables depende de las condiciones sociales, del comportamiento de los grupos, así como de las políticas y programas implementados.

Como se mencionó anteriormente, las desventajas y la exclusión que experimentan las personas con discapacidad, no por su discapacidad, sino en la reacción de la sociedad ante estas discapacidades y las leyes y políticas y programas (OIT, 2011).

Parece existir una conexión entre las políticas gubernamentales, los sistemas de prestaciones y el fracaso de la integración social de los grupos vulnerables (Colin Barnes, 2008: 6). Aun así, es importante prestar atención a los factores sociales como las barreras sociales e institucionales que inciden en la vida de las personas con discapacidad, tal y como recoge el modelo social de la discapacidad (Roulstone, 2004: 18).

Las barreras sociales afectan directamente la tasa de empleo. Las personas con discapacidad continúan experimentando tasas de empleo significativamente más bajas en relación con el resto de la población, a pesar del aumento de personas con discapacidad y la legislación para la prohibición de la discriminación por discapacidad (Chabot, 2013: 1).

La siguiente es una lista de medidas de acción positiva que se pueden tomar para integrar a las personas con discapacidad en el trabajo.

Sistemas de cuotas o colocaciones obligatorias

Una medida positiva es el sistema de cuotas ("Sistema de Cuotas"). La mayoría de los países de Europa y del mundo tienen sistemas de cuotas, pero son bastante diferentes entre sí. Sus principales diferencias se

refieren a lo siguiente:

I) En el tipo de cuerpos obligados

En la mayoría de los países europeos, la obligación de colocación afecta tanto al sector público como al privado. Las excepciones son Bélgica e Irlanda, países a los que solo el público es responsable. En algunos países, determinados servicios, como el ejército, la policía, los bomberos (República Checa), están excluidos de la aplicación de las prácticas obligatorias. Las empresas de viajes y transporte, las ONG y los sindicatos (Italia) también pueden quedar excluidos.

II) En los grupos que están protegidos

En la mayoría de los países, los acogimientos forzosos afectan únicamente al grupo de población de personas con discapacidad, porque la inclusión de otros grupos (como es el caso del sistema de cuotas de Grecia, mediante el cual, además de las personas con discapacidad, las familias numerosas y los niños de nacionalidad los combatientes de la resistencia están protegidos) crearía problemas en el funcionamiento de todo el sistema, ya que diferentes grupos tienen diferentes características y diferentes necesidades. En algunos países europeos, de hecho, se otorga al empleador el derecho, en lugar de la colocación obligatoria de una persona específica, de poder elegir entre más candidatos con calificaciones similares.

III) El porcentaje de prácticas obligatorias

A nivel europeo, la tasa de prácticas obligatorias oscila entre el 2 % y el 7 %. Sin embargo, las empresas obligatorias son en la mayoría de los casos aquellas con una plantilla muy por debajo de las 50 personas que proporciona el sistema de cuotas griego, alcanzando la cifra de 15 empleados. En Francia, por ejemplo, en 2018, la tasa de contratación obligatoria de personas con discapacidad en los sectores público y privado fue del 6% para empresas con más de 20 empleados. Además, en Alemania, en el mismo año, las prácticas obligatorias ascendieron al 5%

en empresas de más de 20 empleados, mientras que en Italia el porcentaje de estas prácticas era escalable, es decir, 7% para empresas de más de 50 empleados, 1 empleado con una discapacidad para empresas de 15 a 35 empleados y 2 empleados con discapacidad para aquellas empresas de 36 a 50 empleados.

IV) En el sistema de puntuación

El grado de protección (puntuación) dentro del sistema de cuotas (principalmente en Alemania, Francia y la República Checa) suele proporcionarse en función de las características individuales de cada candidato, como su grado de discapacidad y, en algunos casos, el sexo, la edad, causa de discapacidad o incluso si el candidato proviene de alguna forma de empleo alternativo (protegido o apoyado).

V) El tipo de sanciones previstas en caso de denegación de prácticas obligatorias

En varios países europeos, la incapacidad o falta de voluntad de los empleadores para contratar a personas protegidas se sustituye por el pago de una multa (impuesto). El dinero recaudado se utiliza para financiar el empleo de personas con discapacidad o para implementar políticas en su beneficio. Este es un cumplimiento alternativo, que facilita los negocios en casos extremos. Sin embargo, no se prevé dicho pago cuando el sector público es responsable pero dicho cumplimiento no cubre la totalidad de la cuota obligatoria y es una excepción. P.ej. en 2014 en la República Checa, el monto de la multa correspondió a 1½ del salario promedio y el dinero recaudado se utilizó para subsidiar a aquellos empleadores que emplearon personas con una discapacidad del 50% o más del número total de empleados en su negocio. En Eslovaquia, en el mismo año, la tasa de esta multa fue tres veces el salario base y el dinero recaudado -de la Oficina Regional de Empleo, Asuntos Sociales y Familiares- se utilizó para impulsar el empleo de personas con discapacidad. En Hungría, la multa ascendió al 258 % del salario base y el dinero, que se recaudó en un fondo especial, se utilizó para subvencionar programas de formación y crear nuevos puestos de trabajo para personas

con discapacidad. En Alemania, el importe de la multa se calculó en función del nivel de cumplimiento del sistema de cuotas. El dinero, que también se recaudó en un fondo especial, se utilizó para financiar medidas para impulsar el empleo de personas con discapacidad.

Asimismo, en muchos países europeos existe una sustitución parcial o total de la obligación de los empresarios de contratar a personas con discapacidad por la compra de productos a empresas, Laboratorios Productivos Protegidos (PPL) y empresas sociales. P.ej. en Francia, en 2014, una empresa podía sustituir la mitad de su responsabilidad con la compra de productos. En la República Checa, las empresas podrían reemplazar completamente su obligación comprando productos o servicios de PPL o de otros laboratorios que empleen a personas con una discapacidad del 50% o más de su personal total. En Alemania, el 50% del monto que habían destinado para la compra de productos a instituciones como las mencionadas anteriormente, podía deducirse de la multa que las empresas debían pagar por no cumplir con el sistema de cuotas.

10. INTERVENCIONES DIRIGIDA

- **Subsidio de empleo para personas con discapacidad**

El programa tiene por objeto generar nuevos puestos de trabajo mediante el subsidio de parte de los costos salariales y no salariales, que corresponde al total de las cotizaciones al seguro, a partir de los cuales se establecen los salarios correspondientes al monto del salario mínimo básico, según se defina cada vez. por el Convenio General de Negociación Colectiva Nacional.

- **Acciones locales de integración social para grupos vulnerables de la población**

El objetivo de este Programa es asegurar la creación de empleo mediante la activación y movilización de agencias locales para desempleados pertenecientes a grupos socialmente vulnerables, que requieren intervenciones conjuntas para poder integrarse o reincorporarse al mercado laboral. Por lo tanto, el Programa incluye acciones como capacitación y educación, pasantías de capacitación en empresas privadas, elaboración de plan de negocios, servicios de evaluación e investigación especializada para el establecimiento de nuevos negocios, apoyo en temas legales y tributarios.

También el objetivo del programa es que los beneficiarios desempleados después de completar su preparación a través de las acciones anteriores puedan:

- constituir empresas, que aprovecharán las especiales características de su zona,
- adquirir las condiciones para ser subvencionado/otorgado por otros programas de inversión,
- desarrollar habilidades que satisfagan las necesidades identificadas de las empresas locales que los contratarán.

- **Concesión de la actividad empresarial de las personas con discapacidad**

Además del trabajo por cuenta ajena y por cuenta propia, otra forma de empleo es la actividad empresarial.

11. TECNOLOGÍA DE ASISTENCIA EN EL LUGAR DE TRABAJO

La siguiente es una presentación indicativa de la tecnología auxiliar por categoría de discapacidad.

- **Tecnología de asistencia para ciegos:** mezcladores de audio, software de lectura de pantalla, impresoras de texto en braille, herramientas de traducción en braille, registradores de datos en braille, mecanismo de reconocimiento óptico de caracteres, detector de voz.

- **Tecnología de asistencia para personas con discapacidad visual:** luz baja/pantalla brillante, monitores grandes de alta definición, pantallas de computadora con caracteres muy grandes, material estándar con caracteres muy grandes, letras grandes, elección de colores y contrastes de color, ayudas para escribir.

- **Tecnología de asistencia para personas con discapacidades de movilidad:** control de nivel de repetición básico, teclados alternativos, dispositivos que no requieren teclados adicionales, software de predicción de palabras, reconocimiento de audio, dispositivos robóticos, ratones de computadora alternativos, características básicas de seguridad, auriculares de audio, hombro básico (para auriculares , micrófonos, etc.), auriculares con reposacabezas.

- **Tecnología auxiliar para personas sordas y con problemas de audición:** ayudas visuales informáticas, audífonos y amplificadores, teléfonos con decodificadores de voz, teléfonos que traducen lo escrito a lenguaje hablado, sistemas de señalización, videos con encabezados y subtítulos o interpretación en lenguaje de señas

12. UNIÓN POR LA IGUALDAD: ESTRATEGIA POR LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD 2021-2030

En el sitio web oficial de la U.E. se ha anunciado la Estrategia por los Derechos de las Personas con Discapacidad 2021-2030, según la cual:

“Para seguir avanzando a la hora de garantizar la plena participación de las personas con discapacidad, la nueva y reforzada **Estrategia para los Derechos de las Personas con Discapacidad 2021-2030** guiará la acción de los Estados miembros y de las instituciones de la UE, basándose en los logros de la anterior diez años y ofreciendo soluciones a los retos que tenemos por delante. La nueva estrategia ayudará a cumplir con las prioridades de la presidenta von der Leyen de construir una Unión por la Igualdad y cumplir con el Pilar Europeo de Derechos Sociales.

- **¿Cuál es el objetivo de la estrategia?**

La Estrategia por los Derechos de las Personas con Discapacidad 2021-2030 pretende abordar los diversos desafíos a los que se enfrentan las personas con discapacidad. Su objetivo es avanzar en todas las áreas de la Convención de las Naciones Unidas sobre los derechos de las personas con discapacidad, tanto a nivel de la UE como de los Estados miembros.

El objetivo es garantizar que las personas con discapacidad en Europa, independientemente de su sexo, origen racial o étnico, religión o creencias, edad u orientación sexual:

- disfrutar de sus derechos humanos,
- tener las mismas oportunidades,
- tener igualdad de acceso para participar en la sociedad y la economía,
- son capaces de decidir dónde, cómo y con quién vivir,

- pueden moverse libremente en la UE independientemente de sus necesidades de apoyo,
- dejar de sufrir discriminación.”

Puedes descargar la estrategia en Unión por la Igualdad: Estrategia por los Derechos de las Personas con Discapacidad 2021-2030.

13. CONCLUSIONES

En los últimos años, se han llevado a cabo muchas acciones para garantizar la protección de los derechos de las personas con discapacidad y aumentar sus oportunidades de empleo.

Sin embargo, queda mucho por hacer y cada país debe adaptar sus acciones de acuerdo con sus necesidades y prioridades específicas.

Según OPM e Ipsos (2014) participantes de la encuesta, se necesitan cambios para que los empleadores estén informados y educados sobre acciones de apoyo que permitan a las personas con discapacidad permanecer y ser eficaces en el trabajo.

Además, según la investigación, las personas con discapacidad estiman que es necesario avanzar en la accesibilidad de los procesos de formación y solicitud de empleo, incluyendo ajustes razonables. Además, se afirma que existe la necesidad de más apoyo en las solicitudes de empleo y la búsqueda de empleo. Por lo tanto, el Estado tiene que jugar un papel más importante en la implementación de las políticas de empleo.

La adopción del modelo social de discapacidad es necesaria para generar cambios significativos en la perspectiva del empleo y la discapacidad a nivel político. Según el profesor Colin Barnes (2008), si los gobiernos están decididos a abordar los problemas de las personas con discapacidad en el empleo, deben crear políticas que adopten un enfoque más holístico que se fortalecerán e implementarán con determinación. Según Barnes, la eliminación de obstáculos en el empleo solo es posible a través de políticas de desarrollo y adopción con un claro enfoque en la demanda laboral (la organización social del trabajo) y las estructuras económicas y sociales que la sustentan. Estos incluyen los sistemas educativos, los servicios de salud y apoyo social, los sistemas de transporte y los servicios de vivienda y ocio. Todo lo anterior se adapta a las necesidades de las personas sin discapacidad, acentuando las dificultades a las que se enfrentan las personas con discapacidad en el mercado laboral.

Por otra parte, Roulstone (2004) sostiene que los servicios deben velar por los usuarios y sus organizaciones, en cualquier proceso de evaluación y establecimiento de objetivos. Además, dado que el modelo social proporciona una nueva forma de ver la discapacidad, existen formas importantes que se aplican a los problemas de empleo y discapacidad:

- Una nueva consideración de la discapacidad en la investigación, la política de estipendios y la formulación de políticas
- Implantación del modelo social y de vida independiente en el ámbito laboral
- Mejorar las oportunidades de empleo

Además, el “Informe mundial de la OMS sobre discapacidad” de la Organización Mundial de la Salud (2011) considera que son muchos los obstáculos a los que se enfrentan las Personas con Discapacidad pero, con la implicación de diferentes sectores (educación, salud, protección social, trabajo, transporte, vivienda) y diferentes partes interesadas (gobiernos, profesionales, sector privado, organizaciones de la sociedad civil, personas con discapacidad y sus familias, público en general, medios de comunicación) pueden eliminarse.

Las recomendaciones de la OMS incluyen:

1. Acceso a todos los sistemas y servicios convencionales (mainstreaming)

El concepto de integración se refiere al proceso de eliminar las barreras que enfrentan las personas con discapacidad en todos los niveles. Estos incluyen cambios en políticas, entornos, legislación, estándares, estrategias y planes. El concepto de integración no solo garantiza el respeto de los derechos humanos de las personas con discapacidad, sino que también puede resultar beneficioso en términos de reducción de costos.

2. Inversión en programas y servicios específicos para discapacitados

Además de la integración, existe la necesidad de servicios especiales como servicios de rehabilitación, capacitación o apoyo, aplicaciones tecnológicas, servicios de vida independiente y autónomos.

3. Adopción de una estrategia nacional para la discapacidad y un plan de acción

Toda estrategia nacional debe tener como objetivo mejorar las condiciones de vida de las personas con discapacidad. Las estrategias y planes de acción deben ir de la mano con el análisis de la situación existente de cada país, teniendo en cuenta factores como las necesidades de los servicios, la situación social y política, la efectividad de los servicios existentes y las brechas emergentes, así como las barreras ambientales y sociales. .

4. Implicación de las personas con discapacidad

Las personas con discapacidad deben estar empoderadas para participar en la toma de decisiones, ya que conocen sus condiciones de vida y sus necesidades mejor que nadie. Se requiere que las personas con discapacidad tengan control y opciones en sus vidas y para aquellos que están involucrados se requiere que se les consulte sobre las decisiones que los afectan.

5. Mejorar la capacidad de los recursos humanos.

Las habilidades de recursos humanos pueden resultar invaluableles en cualquier área. El personal debe estar capacitado en principios de derechos humanos y cuestiones de discapacidad.

6. Suministro de financiación adecuada

Se requiere una financiación adecuada y sostenible de los servicios públicos para garantizar la prestación de servicios de buena calidad a

todos los beneficiarios. Los servicios públicos y los planes de acción sobre discapacidad deben considerar la sostenibilidad de las medidas. Además, todos los servicios de todos los sectores (privado, público, sin fines de lucro) pueden participar para garantizar la prestación de servicios de mejor calidad. Finalmente, las personas con discapacidad soportan un costo de vida adicional debido a su discapacidad, se requieren mayores beneficios de salud y cobertura de seguro.

7. Aumentar la información y el conocimiento de la población en general

Aumentar la conciencia y el conocimiento de la población en general es vital para combatir el estigma y los estereotipos asociados con la discapacidad. Para lograr la inclusión social es importante incrementar el respeto mutuo y el conocimiento hacia las personas con discapacidad.

8. Mejorar la recopilación de datos para personas con discapacidad

Es vital contar con datos detallados y precisos sobre las personas con discapacidad y sus condiciones de vida. Estos datos pueden ser particularmente útiles para la planificación, seguimiento, implementación y comparación de políticas de discapacidad a nivel nacional e internacional. Las encuestas especializadas pueden proporcionar información sobre la necesidad de nuevos servicios, el nivel de vida, etc.

9. Mejora y apoyo a la investigación relacionada con la discapacidad

La investigación es una herramienta importante para comprender los problemas de discapacidad. Por lo tanto, la ejecución de proyectos de investigación está relacionada con diversos aspectos de la discapacidad y sus efectos en la vida cotidiana.

En conclusión, aunque existen importantes obstáculos y particularidades en la implementación de políticas de empleo, una cosa

debe darse por sentada: las personas con discapacidad son creativas, pueden contribuir a la sociedad, adquirir un rol activo y una identidad profesional.

FUENTES

- Achterberg T. J. Wind H., A. G. E. M. de Boer & M. H. W. Frings-Dresen (2009). Factors that Promote or Hinder Young Disabled People in Work Participation: A Systematic Review. *Journal of Occupational Rehabilitation*. 19: 129–141
- Areheart, B.A.; Stein, M.A. (2015) The Disability-Employability Divide: Bottlenecks to Equal Opportunity. *Mich. Law Rev.* 113: 877–896
- Ardore, V. (2013) Lavoro Temporaneo tra Percezioni di Precarietà e Flessibilità in Tempo di Crisi. Master's Thesis, University of Milano-Bicocca, Milan, Italy
- Barnes, C. (2008). Disability, the organization of work, and the need for change. (Statement was presented to the Organisation for Economic Cooperation and Development Conference 'Transforming Disability Into Ability', March 17th 2008). Available at <http://disabilitystudies.leeds.ac.uk/library/>
- Bassi, M.; DelleFave, (2007) A. L'esperienza della disabilità: Selezione psicologica e promozione del benessere. *Psicologia Della Salute* 1: 33–48
- Chabot, L. (2013). Institutional barriers to employment for individuals with disabilities. Schmidt Labor Research Center Seminar Series 3. Available at: http://web.uri.edu/lrc/files/Chabot_Employment_Barriers.pdf
- European Union. Union of Equality: Strategy for the Rights of Persons with Disabilities 2021-2030, [Union of Equality: Strategy for the Rights of Persons with Disabilities 2021-2030](#)
- Gender Equality and Diversity Branch (GED), Employment and Labour Market Policies Branch (EMPLAB) & Menze, J. (2015). Inclusion of people with disabilities in national employment policies. Geneva: International Labour Organization

- Greek National Confederation of Persons with Disabilities (2005) reference text entitled "Accessibility. The key to eliminating discrimination ", Athens
- International Labour Organization (2015). Inclusion of people with disabilities in national employment policies. Gender, Equality and Diversity Branch (GED) / Employment and Labour Market Policies Branch (EMPLAB). Available at http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/ifp_skills/documents/publication/wcms_407646.pdf
- Kulkarni, M.; Gopakumar, K.V. (2014) Career management strategies of people with disabilities. Hum. Resour. Manag. 53: 445–466
- Lindsay, S.; Adams, T.; McDougall, C.; Sanford, R. Skill (2012) development in an employment-training program for adolescents with disabilities. Disabil. Rehabil. 34: 228–237
- OPM & Ipsos MORI (2014). Removing barriers, raising disabled people's living standards
- Roulstone, A. (2004). Disability, Employment and the Social Model. In Barnes, C. & Mercer, G. (eds.). 2004: Disability Policy and Practice: Applying the Social Model. Leeds: The Disability Press, pp. 18-34
- Smith, P.; Routel, C. (2010) Transition failure: The cultural bias of self-determination and the journey to adulthood for people with disabilities. Disabil. Stud. Q. 30: 175–182
- Telwatte, A.; Anglim, J.; Wynton, S.K.; Moulding, R. (2017) Workplace Accommodations for Employees with Disabilities: A Multilevel Model of Employer Decision-Making. Rehab. Psychol. 62: 7–19
- Vlachou, A.; Papananou, I. (2018) Experiences and Perspectives of Greek Higher Education Students with Disabilities. Educ. Res. 60: 206–221

- United Nations. Convension on the Rights of Person with Disabilities. [Convention on the Rights of Persons with Disabilities \(CRPD\) | United Nations Enable](#)
- World Health Organization (2011). Summary: World Report on Disability. Geneva: W.H.O.

ACERCA DE

Asociación para la Educación y el Desarrollo de las Personas con Discapacidad (Grecia): Nuestra Asociación quiere dar la posibilidad a nuestros miembros de involucrarse también en muchos sectores. La institución organiza cursos en colaboración con otras instituciones, como cursos de informática, contabilidad, idiomas, etc. Por otro lado, el objetivo de nuestra asociación a través de nuestras actividades es brindar la posibilidad a nuestro personal docente (sociólogos, profesores, etc.) adquirir experiencia y conocimientos para la correcta práctica pedagógica en relación con las personas con necesidades especiales y la formación profesional. Todos los estudiantes son personas con necesidades especiales. Además, nuestro objetivo a través de nuestras actividades es proporcionar a los discapacitados habilidades para garantizar el empleo. Desafortunadamente, el nivel de desempleo de los discapacitados en Kavala es muy alto, no solo por la falta de habilidades de parte de los discapacitados, sino también porque los empleados no están acostumbrados a darles la oportunidad de trabajar. Creen que no lograrán cumplir sus expectativas. La colaboración con diferentes organizaciones enriquecerá su conocimiento y experiencia ya que tendrán la oportunidad de conocer gente nueva con diferentes ideas y culturas.

La Asociación fue fundada por miembros que eran principalmente discapacitados y familias para ofrecer empleo, educación y rehabilitación profesional a las personas discapacitadas. La creación de la asociación fue un medio para mejorar la vida cotidiana de los discapacitados y además dar un carácter colectivo a las demandas de los miembros.

La asociación apoya la desactivación ofreciendo:

- Asesoramiento y Apoyo Psicológico a los pasantes y sus familias
- Programas de Socialización y Circulación Educativa
- Programas pedagógicos
- Cursos de computación y contabilidad
- Programas de Economía Nacional
- Programas de gimnasia y atletismo
- Entretenimiento y ocupación creative

La asociación vino a llenar un vacío en la ciudad de Kavala. Tenemos voz y presencia, esperanza y perspectiva. Por esta razón, ¡la aceptación de este esfuerzo por parte de la comunidad local es positiva y alentadora!

Los miembros y el personal de nuestra asociación son educadores de adultos profesionales o expertos en campos que son relevantes para el área de educación de adultos. Todos ellos, que están involucrados en la materialización de proyectos de educación o investigación y cuentan con gran experiencia en este sector.

Nuestra Asociación ha materializado proyectos financiados por la UE y nuestro personal tiene mucha experiencia y tiene un conocimiento completo sobre las reglas, la gestión económica, etc. para la materialización de un proyecto.

Todo nuestro personal está formado por personas muy calificadas, hablan inglés con fluidez, tienen buenas habilidades en TIC y son muy buenos en el uso de herramientas de educación no formal.

Detrás de nuestro personal hay muchos colaboradores de diversos campos, seleccionados para adaptarse a las necesidades relacionadas con

la implementación de un determinado proyecto y el desarrollo de diferentes actividades.

Al incorporar este equipo nuestra asociación mostró gran interés en la implementación del proyecto y asegurar su exitosa implementación.

Nuestra inclusión en el proyecto será importante porque conseguirá aportar la profesionalidad necesaria. A través de nuestra inclusión buscamos mejorar la calidad del proyecto y lograr los máximos resultados del proyecto.



6. Comunicación ética de objetivos sostenibles en el sector turístico

Acelera Labs

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es uno de los sectores económicos de mayor crecimiento en las últimas décadas y es considerado el principal participante en la creación de empleo, el desarrollo económico, la protección del medio ambiente y la lucha contra la pobreza. Ciertamente, el turismo bien planificado y exitoso puede ayudar a preservar el patrimonio natural y cultural del que depende, apoyar a las comunidades anfitrionas, generar oportunidades comerciales y fomentar la paz y el entendimiento intercultural.

Sin embargo, el creciente número de personas que viajan a nivel internacional y nacional cada año también produce presiones en términos de emisiones de gases de efecto invernadero, pérdidas económicas, gestión de recursos e impacto en las comunidades locales y el patrimonio cultural. Por tanto, la contribución positiva del turismo al desarrollo sostenible y la mitigación de los efectos negativos del sector requiere una acción decidida por parte de todos los actores.

De hecho, el turismo puede y debe desempeñar un papel importante, proporcionando soluciones sostenibles para las personas y el planeta. Al afirmar esta tarea de generar prosperidad, mejorar los medios de vida y preservar el medio ambiente, el sector ahora se considera fundamental para el desarrollo sostenible de los países.

2. EL TURISMO: FACTOR DE CRECIMIENTO Y DESARROLLO

La economía mundial del turismo se ha expandido constantemente durante las últimas seis décadas, asumiendo un papel clave en la creación de empleo, contribuyendo a las exportaciones de servicios y al valor agregado. En promedio para los países de la OCDE, el turismo contribuye directamente con el 4,4% del PIB, el 6,9% del empleo y el 21,5% de las

exportaciones relacionadas con los servicios.

Este crecimiento en la segunda mitad del siglo XX y en el siglo XXI se debe a que el acceso al turismo se ha ampliado progresivamente gracias al reconocimiento del derecho a las vacaciones en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la adopción de derechos laborales en muchos países. y el crecimiento de la clase media en todo el mundo. Además, en las últimas décadas la aplicación de las nuevas tecnologías al sector y la bajada del precio del transporte, especialmente del avión, han favorecido el aumento de los viajes internacionales.

Además del impacto socioeconómico del turismo, el sector, si se gestiona de manera sostenible, puede ser un factor de conservación ambiental, promoción y valoración y comprensión cultural entre los pueblos. Por ello, es fundamental que todos los grupos de interés, incluidas las empresas que operan en el sector, sean conscientes tanto de sus oportunidades como de sus responsabilidades y, por tanto, puedan actuar en consecuencia, para que sus actuaciones garanticen un desarrollo sostenible.

2.1 Pre- and post-pandemic international tourism Turismo internacional antes y después de la pandemia

En el período previo a la pandemia, gracias a una economía global relativamente fuerte, una clase media en crecimiento en las economías emergentes, las innovaciones tecnológicas, los costos de viaje asequibles y la facilitación de visas, el turismo internacional experimentó un crecimiento del 5 % en 2018, alcanzando el hito de 1400 millones turistas.

Al mismo tiempo, los ingresos de exportación generados por el turismo en 2018 aumentaron a \$ 1,7 billones, lo que convirtió al sector en una verdadera fuerza global para el crecimiento y el desarrollo económico, fomentando la creación de nuevos y mejores lugares para viajar. trabajar

y actuar como un catalizador para la innovación, desempeñando un papel vital en la mejora de la vida de comunidades enteras.

Sin embargo, el COVID-19 ha provocado crisis económicas en todo el mundo y el sector turístico se ha visto gravemente dañado. La industria de la hospitalidad y el turismo ha sufrido prohibiciones totales de viaje, restricciones estrictas, bloqueos y nuevas normas de salud y seguridad destinadas a prevenir la propagación del nuevo coronavirus y gestionar la crisis pandémica. Los estudios también indican el impacto de la percepción del riesgo en el comportamiento de viaje y las decisiones turísticas durante y después de la pandemia de COVID-19.

En 2020 el sector se vio muy afectado por las medidas restrictivas adoptadas para contener la pandemia del Covid-19 que también afectó en 2021, provocando una caída del 87% en las llegadas de turistas internacionales en enero respecto al mismo mes de 2020.



Imagen: UNWTO, International tourist arrivals, <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020>

No se espera que el turismo se recupere hasta 2023. El turismo internacional disminuyó un 74%, los viajes aéreos un 60% y, en consecuencia, el CO2 también disminuyó un 6% en 2020. Además, los negocios de alojamiento y agencias de viajes vieron una caída en la facturación. del 9,3% y el empleo en el sector del alojamiento descendió un 21,5%. Mientras que el turismo internacional ha caído alrededor de un 80%, el turismo interno ha ayudado a mitigar el problema.

Los primeros datos de 2022 del Barómetro OMT del Turismo Mundial indican que el aumento de las tasas de vacunación, combinado con la flexibilización de las restricciones de viaje, contribuyeron a la

recuperación moderada del turismo internacional en la segunda mitad de 2021, con una disminución del 62 % de llegadas internacionales tanto en el tercer como en el cuarto trimestre en comparación con los niveles previos a la pandemia.

Sin embargo, el ritmo de recuperación sigue siendo lento y desigual en todas las regiones del mundo, debido a los distintos grados de restricción en la movilidad, las tasas de vacunación y la confianza de los viajeros. Europa y América se desempeñaron mejor en 2021 que en 2020 (+19 % y +17 % respectivamente), pero ambos siguen por debajo de los niveles previos a la pandemia del 63%.

Por subregión, el Caribe registró el mejor desempeño (+ 63% en comparación con 2020, aunque 37% por debajo de 2019), con algunos destinos acercándose o superando los niveles previos a la pandemia. El sur de Europa mediterránea (+ 57 %) y América Central (+ 54 %) también registraron una recuperación significativa, pero se mantienen respectivamente en 54 % y 56 % en comparación con los niveles de 2019. América del Norte también (+17 %) y Europa Central y del Este (+18 %) superaron los niveles de 2020.

Mientras tanto, África registró un aumento del 12% en las llegadas en 2021 en comparación con 2020, aunque todavía es un 74% más bajo que en 2019. En Oriente Medio, las llegadas cayeron un 24% en comparación con 2020 y un 79% en comparación con 2019. En Asia y En el Pacífico, las llegadas aún estaban un 65 % por debajo de los niveles de 2020 y un 94 % por debajo de los valores previos a la pandemia, ya que muchos destinos permanecieron cerrados a los viajes no esenciales.

3. TURISMO SOSTENIBLE

A menudo, el turismo sostenible se percibe como un tipo en sí mismo, que solo afecta a un nicho de consumidores, en particular aquellos sensibles a los impactos ambientales y sociales y que, en comparación con el turismo de masas, se considera menos exitoso.

Sin embargo, es importante aclarar que el término “turismo sostenible” indica un turismo basado en los principios del desarrollo sostenible, es decir “un proceso que satisface las necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de que las generaciones futuras satisfagan sus propias necesidades”, según la definición de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (1987). El objetivo fundamental, por tanto, es hacer sostenible todo tipo de turismo.

El desarrollo sostenible se basa en un uso consciente de los recursos del planeta. Desde la primera definición en 1987, el concepto de desarrollo sostenible ha evolucionado, incluyendo ahora lo que se reconoce como sus tres pilares:

Sostenibilidad económica, o la posibilidad de generar prosperidad en diferentes niveles de la sociedad y abordar la rentabilidad de todas las actividades económicas.

Sostenibilidad social, es decir, respeto a los derechos humanos e igualdad de oportunidades para todos en la sociedad. Por lo tanto, requiere una distribución equitativa de los beneficios, con especial atención a la lucha contra la pobreza. Se pone énfasis en las comunidades locales, con el objetivo de mantener y fortalecer sus sistemas de soporte vital, reconociendo y respetando las diferentes culturas y evitando cualquier forma de explotación.

Sostenibilidad ambiental, es decir, la conservación y gestión de los recursos, especialmente aquellos que son no renovables o esenciales para la vida. Por lo tanto, requiere acciones dirigidas a reducir la contaminación del aire, la tierra y el agua y preservar la diversidad biológica y el patrimonio natural.

El crecimiento económico sostenible se puede lograr a través del turismo mediante la protección del medio ambiente, el mantenimiento de los recursos naturales, la creación de puestos de trabajo, la mejora de la diversidad cultural y el reconocimiento de los valores del patrimonio cultural. El concepto de sostenibilidad del turismo está creciendo

gradualmente a nivel mundial y se está convirtiendo en un aspecto dominante en los negocios modernos, ya que las empresas tienen que satisfacer las demandas de las partes interesadas sobre la gestión ambiental.

Esta estrecha y directa relación entre el desarrollo sostenible y el turismo crea una situación delicada, en la que este último puede ser muy perjudicial pero también muy positivo para el desarrollo sostenible.

De hecho, el turismo sostenible puede:

- Proporcionar una fuente creciente de oportunidades para el desarrollo empresarial y la creación de empleo, así como estimular la inversión y el apoyo a los servicios locales, incluso en las comunidades más remotas;
- Aportar un valor económico tangible a los recursos naturales y culturales, que puede traducirse en ingresos directos del gasto de los visitantes en su conservación y un aumento en el apoyo a la conservación de las comunidades locales;
- Promover el entendimiento intercultural y la paz.

Además de los efectos positivos en la economía y la sociedad, el turismo también presenta riesgos para el desarrollo sostenible: los puestos de trabajo creados por el turismo suelen ser estacionales y mal pagados, así como sensibles a los cambios reales o percibidos en las condiciones ambientales y sociales de los destinos; los efectos en la comunidad de acogida no siempre son positivos; finalmente, la demanda turística depende en gran medida de un entorno natural saludable y su huella ambiental suele ser preocupante. De hecho, el turismo puede ejercer una presión directa sobre los ecosistemas frágiles (causando la degradación del entorno físico y la destrucción de la vida silvestre) y sobre las comunidades anfitrionas (lo que lleva a la dislocación de las sociedades tradicionales). Además, puede crear una competencia real en cuanto al uso de los recursos de un destino, en particular la tierra y el agua, además

de contribuir significativamente a la contaminación local y global.



Por tanto, el turismo sostenible debe hacer un uso óptimo de los recursos ambientales que son un elemento clave del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y contribuyendo a la conservación de los recursos naturales y la biodiversidad. También es importante respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades de acogida, preservar su patrimonio cultural vivo y construido y sus valores tradicionales, y contribuir a la comprensión y la tolerancia interculturales. Finalmente, el turismo sostenible debe garantizar operaciones económicas rentables y a largo plazo, proporcionando beneficios socioeconómicos a todas las partes interesadas que se distribuyen por igual, incluido el empleo estable y las oportunidades de ingresos estables y los servicios sociales para las comunidades anfitrionas, lo que puede contribuir a la reducción de la pobreza.

Por esta razón, el desarrollo del turismo sostenible requiere la participación informada de todas las partes interesadas, así como un fuerte liderazgo político para garantizar una amplia participación y generar consenso. Lograr un turismo sostenible es un proceso continuo y

requiere un seguimiento constante de los impactos, introduciendo las medidas preventivas y/o correctoras necesarias cuando sea necesario.

3.1 Las diferentes formas de turismo sostenible

En pocas palabras, el turismo sostenible se puede definir como:

Turismo que tiene plenamente en cuenta sus impactos económicos, sociales y ambientales actuales y futuros, respondiendo a las necesidades de los visitantes, el impacto económico, social y ambiental, respondiendo a las necesidades de los visitantes, la industria, el medio ambiente y las comunidades anfitrionas.

Por lo tanto, hacer que el turismo sea más sostenible significa tener en cuenta estos impactos y necesidades en su planificación, desarrollo y operación. Es un proceso continuo de mejora, que se aplica también al turismo de ciudad, de vacaciones, de zonas rurales y costeras, de montaña y de comunidades protegidas, y que se puede aplicar a todas las formas de turismo.

A lo largo del tiempo, el fenómeno se ha ido enriqueciendo con muchas variantes, en primer lugar el ecoturismo, que se centra en la protección de los espacios naturales y rurales y tiene entre sus objetivos la mejora de las condiciones de vida de los habitantes locales y la educación sobre la dimensión ecológica.

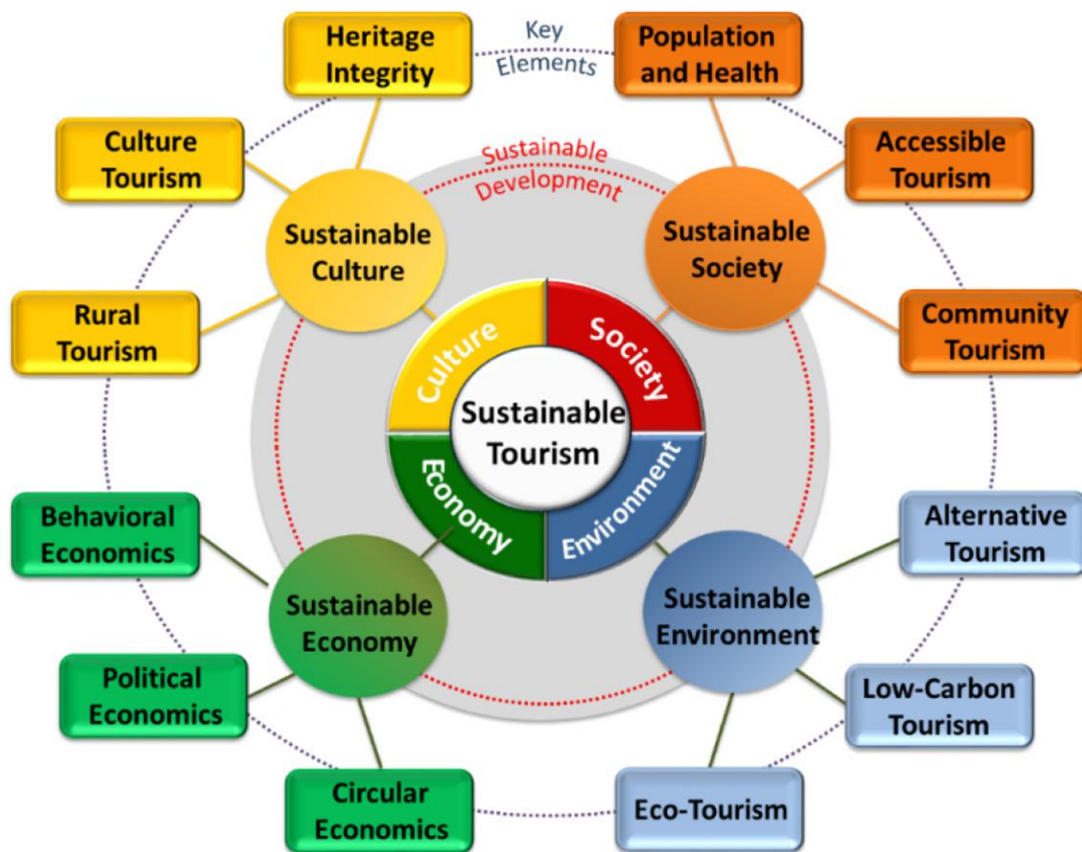


Imagen: Sustainable Tourism

Luego encontramos el geoturismo que es definido por la National Geographic Society como una forma de turismo que "apoya o acentúa el carácter geográfico del lugar visitado: su entorno, su patrimonio, su estética, su cultura y el bienestar de sus habitantes", que refuerza su historia, raíces culturales, tradiciones.

Por otro lado, el turismo pro-pobre, promovido por la Iniciativa de la OMT sobre Turismo Sostenible-Eliminación de la Pobreza, tiene como objetivo reducir la pobreza apoyando algunos proyectos de turismo sostenible a nivel social, económico y ecológico, que incluyen actividades cuyo objetivo es aliviar la pobreza, promover el desarrollo y la creación de puestos de trabajo para las personas que viven con menos de un dólar al día.

El turismo comunitario, otra declinación del sector, combina los objetivos de un desarrollo equilibrado con una profunda sensibilidad por

las cuestiones ecológicas: el concepto de desarrollo sostenible se aplica, de hecho, para mejorar la calidad de vida de los residentes, preservando el paisaje natural, proporcionando una alta calidad de vida. experiencia de calidad a los turistas y la optimización de los beneficios económicos locales.

Por lo ultimo, el turismo cultural se centra fundamentalmente en el conocimiento y protección del patrimonio natural (vegetación, fauna, hidrología, etc.) y cultural (rituales, artesanía, música, bienes históricos, inmuebles y muebles).

Por lo tanto, un requisito común a las diversas formas de turismo sostenible es su capacidad para satisfacer las necesidades de los turistas y destinos, brindando oportunidades de desarrollo futuro a nivel ambiental, social, económico y cultural.

3.2 El camino hacia el turismo sostenible

Desde la década de 1980 se han llevado a cabo diversas iniciativas internacionales que se han marcado como objetivo promover un turismo más sostenible.

La Carta Europea de Turismo Sostenible es el primer documento oficial en este sentido. Este, firmado en la Conferencia Mundial de Turismo de 1995, incluye una solicitud formal a los gobiernos, a los que se les pide que elaboren planes de desarrollo de turismo sostenible. Además, la Carta contiene un plan de acción que consta de una serie de líneas concretas encaminadas a promover una estrategia integrada de desarrollo sostenible.

Lograr que el turismo reduzca sus impactos negativos y aumente los positivos en la dimensión ambiental y socioeconómica de la sostenibilidad es también el objetivo del turismo sostenible promovido por la Organización Mundial del Turismo (OMT), organismo especializado de las Naciones Unidas que se ocupa de la coordinación de las políticas turísticas

y promueve el desarrollo de un turismo responsable, sostenible y universalmente accesible. La OMT se esfuerza por maximizar la contribución del turismo, entre otras cosas, al desarrollo y la comprensión internacionales, al tiempo que minimiza sus impactos negativos, prestando especial atención al potencial de crecimiento de los países en desarrollo. En particular, el Código Ético Mundial para el Turismo (GCET), elaborado por la organización en 1999, representa un primer paso común a la comunidad mundial para la promoción de un turismo mundial sostenible.

3.2.1. El Código Ético Mundial para el Turismo (GCET)

El GCET es un código que establece un marco de referencia para el desarrollo responsable y sostenible del turismo mundial. Es un conjunto integral de principios cuyo propósito es guiar a las partes interesadas en el desarrollo del turismo: gobiernos centrales y locales, comunidades locales, la industria del turismo y sus profesionales, así como visitantes, tanto internacionales como nacionales.

Adoptado en 1999 por la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo, su reconocimiento por parte de las Naciones Unidas dos años después animó expresamente a la OMT a promover el seguimiento efectivo de sus disposiciones. El código contiene muchos de los principios del desarrollo del turismo sostenible y tiene como objetivo maximizar los beneficios del sector al tiempo que reduce el impacto potencialmente negativo en el medio ambiente, el patrimonio cultural y las sociedades de todo el mundo. Los diez artículos del Código cubren ampliamente los componentes económicos, sociales, culturales y ambientales de los viajes y el turismo.

Además, pone especial énfasis en el papel especial del turismo para contribuir al entendimiento y respeto mutuo entre los pueblos y como vehículo de realización individual y colectiva. Artículos separados definen

el derecho al turismo ("La posibilidad de acceso directo y personal al descubrimiento y disfrute de los recursos del planeta constituye un derecho igualmente abierto a todos los habitantes del mundo") y la libertad de movimiento de los turistas, basada en parte en La Declaración Universal de Derechos Humanos. El documento también define los derechos de los trabajadores y de la industria del turismo con respecto al reconocimiento, la formación, el bienestar social y otros temas..

3.2.2. Sustainable Development Goals (SDGs)

En septiembre de 2000, los 189 estados miembros de las Naciones Unidas firmaron una alianza global que resultó en la definición de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Entre los objetivos fijados estaba el de erradicar la pobreza y el hambre en el mundo, lograr la educación primaria universal, asegurar la sostenibilidad ambiental y desarrollar una alianza mundial para el desarrollo. Esta alianza finalizó en 2015 y, a pesar de los esfuerzos y avances realizados, la consecución de los objetivos resultó ser discontinua: los quince años de trabajo, de hecho, revelaron las grandes dificultades para alcanzar estos objetivos, como la definición de indicadores adecuados para medir los avances o falta de claridad sobre el papel de ciertas partes interesadas, como la sociedad civil y el sector privado.

Con base en esta experiencia, en septiembre de 2015, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó la agenda para el quince años 2015-2030 para el desarrollo sostenible y con ella los Objetivos de Desarrollo Sostenible, un marco que incluye diecisiete objetivos y 196 metas, a través de los cuales establece, la sociedad civil y el sector privado pueden orientar y medir sus contribuciones al desarrollo sostenible hasta 2030. Esta nueva agenda es la más ambiciosa hasta la fecha y sus objetivos apuntan a erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la igualdad y la prosperidad y por primera vez permite las empresas desempeñen un papel de liderazgo en su realización:

Decidimos, de aquí a 2030, acabar con la pobreza y el hambre en todas partes; combatir las desigualdades dentro y entre los países; construir sociedades pacíficas, justas e inclusivas; proteger los derechos humanos y promover la igualdad de género y el empoderamiento de mujeres y niñas; y asegurar la protección duradera del planeta y sus recursos naturales. Resolvemos también crear condiciones para el crecimiento económico sostenible, inclusivo y sostenido, la prosperidad compartida y el trabajo decente para todos, teniendo en cuenta los diferentes niveles de desarrollo y capacidades nacionales.



Imagen: UNWTO, Tourism goals

El turismo sostenible está firmemente posicionado en la agenda de desarrollo post-2015. Sin embargo, para cumplir con esta agenda, se necesita un marco de implementación claro, con financiamiento e inversión adecuados en tecnología, infraestructura y recursos humanos.

El turismo puede contribuir directa o indirectamente a todos estos objetivos. Bajo este principio, el sector está presente como meta en tres de los diecisiete ODS, a saber, el ODS 8 sobre "Trabajo decente y crecimiento económico" ("Para 2030, diseñar e implementar políticas para promover un turismo sostenible que genere empleo y promueva la cultura local y la productos", el ODS 12 sobre "Consumo y producción responsables" ("Desarrollar e implementar herramientas para monitorear los impactos del desarrollo sostenible para un turismo sostenible que cree empleos, promueva la cultura y los productos locales" y el ODS 14 sobre "Vida marina" ("«por 2030 aumentar los beneficios económicos de los SIDS y LCD a partir del uso sostenible de los recursos marinos, incluso a través de la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo".

Sin embargo, con su amplio alcance e impacto, el sector puede y debe contribuir, directa e indirectamente, al logro de los diecisiete ODS, desde el crecimiento inclusivo y la erradicación de la pobreza extrema hasta la lucha contra el cambio climático, desde la promoción de la igualdad de género hasta la conservación de los ecosistemas marinos y terrestres, desde promover el diálogo entre diferentes culturas hasta mejorar el entendimiento mutuo y las diferentes culturas hasta promover el entendimiento mutuo y la paz. Sin embargo, si no se gestiona bien, el turismo también puede contribuir a destruir nuestros bienes culturales únicos, dañar el medio ambiente y perturbar las estructuras sociales..

Por lo tanto, para maximizar el impacto positivo del turismo y mitigar sus riesgos potenciales, toda la comunidad turística, incluidos los encargados de formular políticas, las empresas, los turistas y otras partes interesadas del turismo, así como la comunidad del desarrollo en general, tendrá que trabajar en conjunto para promover el turismo responsable y sostenible en todo el mundo. Los gobiernos deberán desarrollar marcos de políticas efectivos y sólidos para el desarrollo del turismo sostenible; el sector privado tendrá que demostrar su pleno compromiso con la sostenibilidad en los modelos de negocio básicos con acciones más fuertes; y la comunidad internacional tendrá que buscar un enfoque más favorable para financiar el turismo, a fin de desarrollar todo su potencial

como motor del desarrollo sostenible y el logro de los ODS.

La Organización Mundial del Turismo se ha fijado como misión promover la contribución del sector turístico a los ODS. De hecho, la OMT está trabajando para contribuir, a través de la asistencia técnica y la formación, al logro de los ODS, especialmente en lo que respecta a los objetivos en los que el turismo se menciona explícitamente como Objetivos 8, 12 y 14.

Si bien la mayoría de los países ven al turismo como un contribuyente clave para los diecisiete ODS, los formuladores de políticas de turismo no parecen ejercer suficiente influencia en la planificación nacional de los ODS y necesitan involucrarse y cooperar con otros ministerios y el sector privado. explorar y aprovechar plenamente las interconexiones del turismo con otros sectores e industrias. Al mismo tiempo, deben estar bien informados sobre la contribución actual del sector privado a los ODS, para comprender y llenar los vacíos que aún existen a través de un entorno de políticas de apoyo y la promoción de la innovación y otras nuevas tecnologías. Los ODS brindan un excelente marco para una cooperación público-privada más estrecha, por lo que el turismo podría superar con creces las expectativas actuales en cuanto a su contribución a las personas, el planeta, la prosperidad y la paz.

3.2.3. Los retos del sector turístico



Imagen: Global Climate Strike and International Climate Action Summit March on Sustainable Development Goals, BAKU, AZERBAIJAN 9.26.2019

El turismo, al igual que otros sectores, se enfrenta a grandes desafíos globales. Se han identificado seis áreas prioritarias: ilustran el impacto y las oportunidades relacionadas con el sector del turismo y destacan algunas de las razones por las que los gobiernos deberían prestar mucha atención a su desarrollo sostenible.

Uno de los retos más importantes es el empleo, especialmente en lo que se refiere a la oferta de empleo digno y estable a los trabajadores, especialmente mujeres y personas con discapacidad, por parte de las empresas del sector.

El octavo Objetivo de Desarrollo Sostenible, de hecho, establece que el objetivo es "Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos". Por lo tanto, la industria del turismo puede brindar acceso a trabajos decentes, particularmente en los países en desarrollo, y promover el turismo sostenible, que crea empleos y promueve la cultura y los productos locales.

De hecho, se reconoce cada vez más el potencial del turismo para contribuir a la lucha contra la pobreza, en parte porque es una de las pocas áreas donde los recursos culturales y naturales de los países pobres les dan una ventaja económica comparativa. El desarrollo del turismo ofrece una buena oportunidad porque a menudo representa una nueva fuente de ingresos en las zonas rurales, donde se encuentran las tres cuartas partes de los pobres del mundo. Todos los países deben garantizar que las personas empleadas en el turismo reciban una remuneración adecuada, reciban un trato adecuado y tengan oportunidades de progreso.

Otro desafío, quizás el más inminente, lo representa el medio ambiente. De hecho, las actividades turísticas pueden tener un impacto en los ecosistemas, por lo que es necesario promover una gestión eficiente de los recursos y apoyar medidas que combatan el cambio climático. Además, el calentamiento global también tiene consecuencias importantes en el turismo: sus efectos, como el aumento del nivel del mar, el aumento de la frecuencia y la energía de las tormentas y las marejadas, la erosión de las playas, el blanqueamiento de los corales y la interrupción del suministro de agua amenazan muchos destinos costeros. Las estaciones de montaña también se verán afectadas por la elevación del límite de nieve y el acortamiento de las temporadas de deportes de invierno. Los cambios en la temperatura y las precipitaciones afectarán el atractivo del mercado en la mayor parte del mundo, aunque de diferentes maneras, dependiendo de la interacción de los efectos de empuje y atracción en los países de origen y destino. El turismo también puede verse influido por otros factores, como la propagación de enfermedades tropicales y la disponibilidad de agua.

También es importante promover ciudades sostenibles e inteligentes en beneficio de locales y turistas y preservar los destinos. De hecho, el turismo brinda una importante contribución directa a los ingresos de las áreas protegidas y los sitios del patrimonio cultural, gracias a las tarifas de entrada, los permisos, las concesiones, etc. mundo, brindando una forma adicional o alternativa de sustento para los agricultores y las comunidades rurales que dependen de recursos naturales bien conservados.

Finalmente, especialmente en el mundo posterior a la pandemia, la incertidumbre sobre la salud y la seguridad de los viajes y algunos destinos ha provocado fluctuaciones significativas en los flujos turísticos. Aunque este es un fenómeno de corta duración y la recuperación suele ser rápida, debe considerarse un problema global para la sostenibilidad del turismo. Hay implicaciones políticas para la imagen, para la gestión de la información y para medidas específicas encaminadas a mejorar la seguridad de los turistas.

4. LA CONTRIBUCIÓN DEL SECTOR TURISTICO A LOS ODS

Los números reflejan el gran potencial del sector turístico y su capacidad para influir en los desafíos globales, particularmente en relación con el crecimiento económico sostenible, el desarrollo inclusivo y la conservación del medio ambiente. El turismo tiene un enorme potencial para crear empleos dignos y promover el espíritu empresarial, contribuyendo al empoderamiento de los grupos desfavorecidos, especialmente los jóvenes y las mujeres.

El turismo también promueve los intercambios entre personas de diferentes partes del mundo, fortaleciendo el entendimiento entre culturas y fomentando la paz entre comunidades y naciones. Es, por tanto, uno de los sectores económicos más dinámicos y de mayor alcance y puede contribuir decisivamente a la consecución de los ODS.

Las empresas del sector turístico juegan un papel importante en la transformación del enfoque de la industria y en la introducción de criterios de sostenibilidad en sus operaciones. Estas empresas pueden alinear sus estrategias con los ODS impulsando un turismo responsable que respete el entorno natural, cultural y social y favorezca el desarrollo sostenible de los destinos turísticos.

4.1 Cómo pueden contribuir

En las siguientes secciones, se explorarán los diversos Objetivos de Desarrollo Sostenible y las formas en que el sector turístico y todas las partes interesadas pueden contribuir a su desarrollo sostenible.



Imagen: SDGs 17 development goals

4.1.1. “End poverty in all its forms everywhere”

El turismo representa el 5,5% del PIB mundial en el periodo pospandemia y tiene un impacto directo en los niveles de pobreza a nivel internacional. De hecho, el sector debe promover la creación de empleos dignos, especialmente para mujeres, jóvenes y grupos desfavorecidos, que, al estimular la economía y el desarrollo local, tienen un impacto directo en el bienestar de la población local y les ayudan a obtener un ingreso. equidad, seguridad y protección social y mejores perspectivas de desarrollo e integración personal. Por lo tanto, el objetivo debe ser evitar crisis ambientales y económicas que tengan un impacto en la población.

4.1.2. “End poverty in all its forms everywhere”

La mayor parte de la pobreza del mundo se encuentra en las zonas rurales, donde se dan los niveles más altos de desnutrición. El turismo puede estimular la productividad agrícola a través de la producción, uso y venta de productos locales y, al mismo tiempo, proporcionar una oportunidad de ingresos adicionales para las personas que viven en los destinos turísticos al ofrecer modelos de negocio alternativos, como el agroturismo, respetuosos con el medio ambiente y las costumbres locales.

4.1.3. “Ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages”

El sector turístico puede operar de manera sostenible, saludable y segura para las comunidades locales, turistas y empleados, contribuyendo al bienestar de todos. La implementación de planes de seguridad y salud adecuados y la implementación de medidas adecuadas para prevenir accidentes o problemas de salud entre turistas y empleados son medidas de las que las empresas del sector pueden cuidar.

4.1.4. “Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all”

Un desarrollo sostenible efectivo solo puede lograrse asegurando que los valores éticos y la responsabilidad ambiental, económica y social se transmitan a toda la población. Las empresas del sector tienen varias formas de contribuir a este objetivo: realizando programas de formación para visitantes y empleados, a través de proyectos de desarrollo comunitario y concienciando a la sociedad.

4.1.5. “Achieve gender equality and empower all women and girls”

Un gran número de empleados y empresarios del sector turístico son mujeres. Sin embargo, a menudo ocupan puestos mal pagados, lo que perpetúa la desigualdad económica y social. Las empresas del sector pueden así promover un turismo que mejore la calidad del empleo femenino y les permita acceder a puestos de trabajo cualificados, creando programas de formación, integración e igualdad laboral para mujeres y niñas en las comunidades locales. en que operan.

4.1.6. “Ensure availability and sustainable management of water and sanitation for all”

El turismo requiere una gran cantidad de energía y puede ser muy sensible a las restricciones de agua y saneamiento en los destinos. Las industrias turísticas pueden llevar a cabo una gestión eficiente de los recursos hídricos y limitar los impactos negativos en el ecosistema local, al tiempo que garantizan el acceso al agua para el turismo y la población local, teniendo en cuenta el control de la contaminación, la eficiencia y la protección de los recursos.

4.1.7. “Ensure access to affordable, reliable, sustainable and modern energy for all”

Para lograr un turismo sostenible es necesario promover el acceso a energías baratas, limpias y modernas en los destinos. Las empresas del sector turístico pueden comprometerse a desarrollar medidas de eficiencia energética y aumentar el uso de energías renovables en sus negocios, al tiempo que reducen su dependencia de los combustibles

fósiles, para lograr una economía sostenible y beneficiosa para todos.

4.1.8. “Ensure access to affordable, reliable, sustainable and modern energy for all”

El turismo es una herramienta fundamental para lograr un crecimiento económico inclusivo y sostenible y para ofrecer condiciones de trabajo dignas a un gran número de personas, especialmente jóvenes y mujeres. Las empresas industriales proporcionan puestos de trabajo que deberían ser decentes en toda su cadena de valor. También deben fomentar la contratación y el emprendimiento de la población local, especialmente entre los grupos vulnerables.

4.1.9. “Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster innovation”

La infraestructura, los procesos de industrialización y la innovación son temas importantes para el desarrollo del turismo. Las empresas del sector tienen la capacidad de invertir en instalaciones e infraestructuras sostenibles que permitan el acceso y uso universal, especialmente por parte de personas con discapacidad y otros colectivos desfavorecidos. También pueden mejorar la capacidad tecnológica de los destinos turísticos, especialmente las comunidades rurales, en términos de acceso a las tecnologías de la información y la comunicación.

4.1.10. “Reduce inequality within and among countries”

El turismo sostenible es una poderosa herramienta para el avance de las comunidades y para la reducción de las desigualdades. Las empresas

del sector pueden contribuir a la renovación urbana y el desarrollo rural, ayudando a reducir los desequilibrios regionales y brindando a las comunidades locales la oportunidad de prosperar en su lugar de origen.

4.1.11. “Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable”

El turismo requiere infraestructuras urbanas accesibles para todos, con un patrimonio bien conservado y que puedan ayudar a promover la regeneración de las zonas marginales. Para responder a esta pregunta, las empresas del sector están interesadas en promover ciudades sostenibles e infraestructuras verdes y resilientes (transporte más eficiente, seguro y accesible para todos, áreas verdes y espacios públicos seguros, entre otros), a través de la renovación de espacios públicos, infraestructura y conectividad, así como el desarrollo de servicios locales e instalaciones recreativas.

4.1.12. “Ensure sustainable consumption and production patterns”

Para lograr una sociedad verdaderamente sostenible, el sector debe promover prácticas de consumo y producción sostenibles por parte de sus empleados, la población local y los turistas, a través de medidas como el uso eficiente de los recursos naturales, la gestión sostenible de los alimentos y residuos y la cuidadosa selección de productos y proveedores. Las empresas de la industria tienen la oportunidad de implementar medidas de reutilización y reciclaje de recursos, adoptar prácticas sostenibles en relación con su cadena de suministro, incorporar información sobre sostenibilidad en sus relaciones comerciales y promover la cultura y los productos locales.

4.1.13. “Take urgent action to combat climate change and its impacts”

El sector turístico es un actor clave en la lucha contra el cambio climático, ya que genera alrededor del 5% del total de CO2 emitido a la atmósfera. Además, el turismo implica la transformación de los entornos y recursos naturales y el uso excesivo de combustibles fósiles. Es fundamental asegurar la sostenibilidad del sector asegurando su compromiso con la protección del medio ambiente, con el fin de mitigar los efectos negativos sobre las personas y los destinos turísticos.

Para ello, las empresas del sector pueden participar en la lucha contra el cambio climático reduciendo el consumo energético, fomentando el uso de energías renovables y creando alianzas para luchar contra el cambio climático.

4.1.14. “Conserve and sustainably use the oceans, seas and marine resources for sustainable development”

El turismo juega un papel importante en la salvaguardia de los océanos, mares y recursos marinos, especialmente en las zonas costeras o insulares, donde el sector es la base de la economía, así como en relación con el turismo marítimo. El sector debe promover la gestión integrada de las zonas costeras para ayudar a conservar y preservar los ecosistemas marinos.

Las empresas que operan en el sector del turismo costero y marítimo pueden ayudar a prevenir y reducir la contaminación marina y utilizar los recursos marinos de manera sostenible en sus actividades. Además, las operaciones responsables pueden traer beneficios económicos a los sitios de destino, especialmente en áreas costeras o insulares subdesarrolladas.

4.1.15. “Protect, restore and promote sustainable use of terrestrial ecosystems, sustainably manage forests, combat desertification, and halt the reverse land degradation and halt biodiversity loss”

El turismo sostenible contribuye a generar beneficios a largo plazo al invertir en medidas para combatir la deforestación y la desertificación, con el fin de mantener los destinos turísticos en condiciones óptimas y generar un mayor flujo de visitantes y beneficios para el medio ambiente y las comunidades locales.

Las empresas que apuestan por el turismo sostenible pueden crear programas para turistas que se centren en la preservación y el cuidado del medio ambiente, con el fin de ayudar a las comunidades locales, gestionar sus visitas y obtener el máximo beneficio posible con el mínimo riesgo para las mismas. ecosistemas, su biodiversidad y su vida silvestre.

4.1.16. “Promote peaceful and inclusive societies for sustainable development, provide access to justice for all and build effective, accountable and inclusive institutions at all levels”

El turismo puede ayudar a promover sociedades pacíficas e inclusivas, promover la protección de los derechos fundamentales de las comunidades locales y luchar contra la corrupción. El turismo fomenta la tolerancia y el entendimiento entre diferentes culturas y sirve como fuente de sustento para las comunidades locales, al tiempo que previene la violencia y consolida la paz en sociedades que han experimentado conflictos recientes.

Las empresas del sector deben involucrar a la población local en sus

actividades, ofrecerles trabajo digno y tomar decisiones comunes sobre el uso de los recursos locales, introducir medidas de transparencia en la organización para combatir la corrupción y garantizar y proteger los derechos humanos de los locales, turistas y empleados.

4.1.17. “Strengthen the means of implementation and revitalize the global partnership for sustainable development”

Las alianzas entre los distintos actores del planeta son fundamentales para alcanzar los ODS y asegurar el bienestar de la población a corto y largo plazo. Gracias a su carácter intersectorial, el turismo tiene la capacidad de fortalecer la relación público-privada e involucrar a las realidades internacionales, nacionales, regionales y locales para trabajar juntas en la consecución de los ODS. La cooperación entre empresas del sector, sociedad civil, gobiernos e instituciones educativas es fundamental para lograr un turismo sostenible efectivo.

4.2 Turismo sostenible durante la pandemia



Imagen: 26th September 2018, Dublin. United Nations Sustainable Development 17 Global Goals banner displayed across Dublin's Rosie Hackett Bridge over the River Liffey.

Teniendo en cuenta la contribución de la industria del turismo a la economía, es necesario recuperar el sector en el mundo pospandemico, especialmente en aquellos países que dependen fuertemente del turismo como su principal o única fuente de ingresos.

En cierto sentido, el cambio provocado por la pandemia de la COVID-19 ha hecho que el turismo sea más sostenible: de hecho, las distancias más cortas de viaje, preferidas por los turistas en los últimos años, se traducen en un menor impacto ambiental; el destino regional o local puede llevar a estimular la recuperación del sector. Además, durante la pandemia, las personas tienden a quedarse en la zona y viajar a sus países, lo cual es económico y conveniente en comparación con las visitas internacionales.

Además, la digitalización es otra tendencia de recuperación con pagos sin contacto, servicios, automatización y experiencias virtuales. Dado que el sector de servicios sufrió severamente durante los cierres por la pandemia, la transformación digital se considera un medio prometedor, sobre la base del cual se puede crear un marco de sostenibilidad para cambiar el modelo comercial. Los hallazgos de la investigación muestran

que las estrategias de recuperación deben basarse en los avances tecnológicos y la digitalización, con un enfoque en el desarrollo de modelos comerciales sostenibles en línea con los ODS.

Los resultados de la investigación muestran que los períodos de crisis, como el de la pandemia, también son oportunidades para desarrollar nuevos comportamientos al reevaluar los valores, las percepciones y las elecciones de consumo, ya que los consumidores han experimentado cambios en casi todos los aspectos de sus vidas, desde el profesional al profesional. áreas financieras.

De hecho, los turistas se están replanteando su comportamiento tras la actual pandemia, cambiando sus preferencias hacia el turismo sostenible, eligiendo destinos cortos para evitar los viajes aéreos y el turismo de masas. Estudios recientes muestran que los turistas recopilan información sobre temas ambientales y turismo sostenible y son conscientes de su posible influencia en el turismo económico, social y ecológicamente sostenible. En cuanto a las atracciones turísticas, festivales, museos y eventos, los académicos sugieren repensar los enfoques de gestión y buscar nuevos modelos de participación, centrándose en formatos digitales o menores de turismo.

Por lo tanto, la pandemia puede verse como una oportunidad para avanzar hacia un turismo sostenible. Teniendo en cuenta los ODS, el turismo puede hacer una contribución significativa para lograr el ODS 1 (Lucha contra la pobreza), ODS 8 (Crecimiento económico inclusivo y sostenible), ODS 12 (Consumo y producción sostenibles) y ODS 14 (Uso sostenible de los océanos y los recursos marinos). Se puede considerar que la crisis del COVID-19 ha tenido un impacto positivo en el turismo, ya que las tendencias hacia estrategias comerciales más sostenibles se han acelerado considerablemente.

FUENTES

- Behsudi, A.; International Monetary Fund: Finance & Development. Tourism-Dependent Economies Are among Those Harmed the Most by the Pandemic. December 2020. <https://www.imf.org>
- Eichelberger, S.; Heigl, M.; Peters, M.; Pikkemaat, B. Exploring the Role of Tourists: Responsible Behavior Triggered by the COVID-19 Pandemic. Sustainability 2021, 13, 5774.
- OECD, Tourism Trends and Policies 2020, OCSE Publishing, Paris, 2020
- Orîndaru, A.; Popescu, M.-F.; Caescu, S.-C.; Botezatu, F.; Florescu, M.S.; Runceanu-Albu, C.-C. Leveraging COVID-19 Outbreak for Shaping a More Sustainable Consumer Behavior. Sustainability 2021, 13, 5762.
- Rasoolimanesh, S.M.; Ramakrishna, S.; Hall, C.M.; Esfandiar, K.; Seyfi, S. A systematic scoping review of sustainable tourism indicators in relation to the sustainable development goals. J. Sustain. Tour. 2020, 1–21.
- Roigé, X.; Arrieta-Urtizberea, I.; Seguí, J. The Sustainability of Intangible Heritage in the COVID-19 Era-Resilience, Reinvention, and Challenges in Spain. Sustainability 2021, 13, 5796.
- UNWTO, “Tourism grows 4% in 2021 but remains far below pre-pandemic levels”, 2022.
- UNWTO, Global Code of Ethics for Tourism, 1999.
- UNWTO, International Tourism Highlights – 2019 Edition, 2019.
- UNWTO, Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers, 2005.
- UNWTO, Sustainable development. <https://www.unwto.org>

- UNWTO, Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development, 2015.

ACERCA DE

Acelera Labs es una empresa privada fundada en 2013, que a lo largo de los años ha desarrollado distintas líneas de negocio con un mismo denominador común: ayudar a las personas a realizar sus sueños, apoyándose unos a otros y disfrutando cada día en el camino.

Hace ocho años, la empresa abrió The Shed Coworking, con la misión de ayudar a todos los profesionales, emprendedores, startups y pequeñas empresas a llevar a cabo sus proyectos. Fiel a su lema Enjoy Working, The Shed Coworking se ha convertido en un espacio que impulsa la conexión, estimula el compartir y enriquece el día a día con un toque de buen humor.

En 2015 impulsada por la mejora continua, la búsqueda de la calidad y la innovación, Acelera Labs inauguró The Shed Co Design, que se centró en las áreas de branding y comunicación. Desde entonces, The Shed Co Design ha participado en diferentes proyectos a nivel mundial, desarrollando imagen e identidad de marca, creatividad, productos online y offline y estrategias de comunicación.



7. El uso del enfoque de gamificación y las herramientas digitales para la promoción de comportamientos proambientales en el sector turístico

White Manager srl

1. INTRODUCCIÓN

El turismo se considera la solución perfecta para promover el crecimiento económico sostenible debido a sus principales características. En el contexto de un sector de turismo sostenible, la gamificación puede representar un vínculo entre los turistas, las organizaciones y la comunidad y una interfaz construida de manera responsable y ética. De hecho, el crecimiento y la difusión de las plataformas digitales, las redes sociales y las tecnologías móviles han llevado a la rápida proliferación del fenómeno de la gamificación en el diseño de servicios. La gamificación se ha aplicado a diferentes contextos no relacionados con el juego y por parte de empresas que buscan nuevas herramientas para crear una conexión entre los usuarios e influir en el comportamiento de empleados y clientes.

Muchos estudios han demostrado que la gamificación es una estrategia persuasiva que utiliza los mecanismos del juego (como puntos, objetivos, insignias, niveles, historia/tema), características consideradas que modifican el comportamiento del usuario.

En consecuencia, para incidir en la implicación, fidelización, satisfacción y experiencia del consumidor, diversas organizaciones que operan en diversos contextos, incluidos el turístico y la hostelería, han decidido explotar el potencial de la gamificación gracias a los desarrollos tecnológicos que han implicado al sector turístico.

El capítulo proporcionará una breve descripción general de la gamificación y luego mostrará la aplicación de este último en el sector turístico. Finalmente, se enumerarán algunos ejemplos que demuestran cómo el uso de la tecnología y la gamificación pueden promover comportamientos más sostenibles y respetuosos con el medio ambiente.

2. LA GAMIFICACIÓN

El término "gamificación" no es nuevo: se define como un servicio que mejora la creación de valor por parte de los consumidores, o "un proceso de mejora de un servicio con posibilidades de experiencia de juego para respaldar la creación de valor general del usuario". El término "Gamificación" no es nuevo: se define como un servicio que potencia la creación de valor por parte de los consumidores, o "un proceso de mejora de un servicio con posibilidades de experiencia de juego para apoyar la creación de valor general del usuario".



Lo que diferencia a la gamificación es una experiencia de juego que surge del contexto del juego. La gamificación también se define como la implementación y el uso de elementos y técnicas de diseño de juegos, pensamiento de juegos, mecánica y análisis de juegos, tecnología de juegos de computadora en modelos comerciales, procesos, procedimientos, servicios, etc., cuyo objetivo es mejorar las habilidades, la experiencia, el compromiso, eficacia y productividad de los empleados y/o clientes/usuarios fuera del puro entretenimiento.

Por lo tanto, la gamificación no se limita a distribuir insignias y puntos para fomentar el comportamiento, sino que debe aplicar el pensamiento lúdico para fomentar y motivar un comportamiento específico.

Se identifican tres elementos principales e interconectados de la gamificación: posibilidades, resultados psicológicos y conductuales.

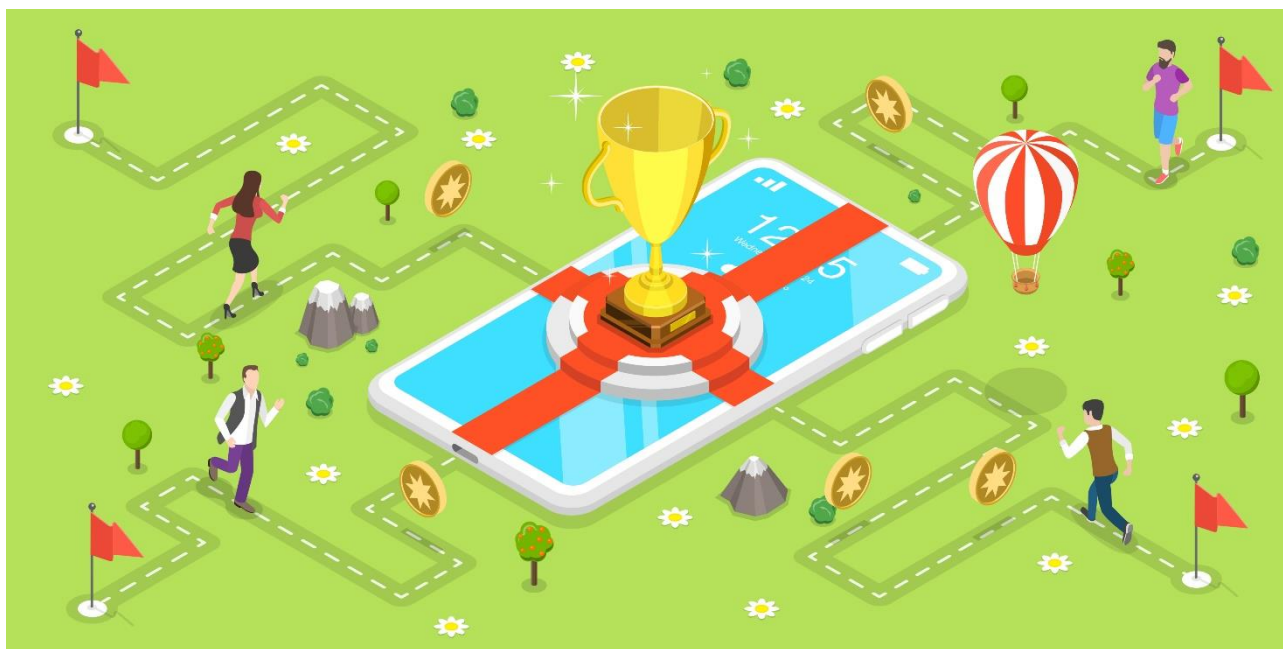
Las prestaciones son las mecánicas y reglas ocultas que subyacen en la estructura del juego que involucran a los usuarios con un sistema específico.

Esta mecánica de juego impacta en la psicología del usuario, generando compromiso, conocimiento, flujo y reconocimiento social o diversión. La implicación de los usuarios a través de la mecánica del juego conduce a resultados psicológicos relacionados con las motivaciones del juego, la actitud y el disfrute de los usuarios.

Los resultados de comportamiento se refieren a comportamientos y actividades respaldados mediante la gamificación, como el rendimiento y el uso del sistema. Las prestaciones pueden crear resultados psicológicos positivos que a su vez conducen a resultados conductuales (p. ej., una mayor participación del usuario en el juego/actividad deseada) y creación de valor.

Los beneficios generados por la gamificación se han clasificado en utilitarios (es decir, utilidad y facilidad de uso), hedónicos (es decir, diversión y alegría) y sociales (es decir, reconocimiento e influencia social). El propósito de la mecánica de gamificación es estimular el compromiso y mejorar la experiencia.

Usando la lente de la teoría de la autodeterminación para comprender el potencial motivacional de la mecánica de la gamificación, es posible clasificar la motivación en extrínseca e intrínseca. El primero incluye las actividades que se realizan para obtener resultados en forma de recompensas. En este caso, la decisión de jugar está guiada por recompensas, como dinero, premios, reconocimiento y estatus.



El segundo, en cambio, depende de las necesidades e intereses específicos de cada usuario, a saber, la satisfacción, la gratificación, la necesidad de socializar y el deseo de triunfar en una comunidad. Los usuarios participan más en una actividad cuando están intrínsecamente motivados.

El bienestar y la motivación de los usuarios derivan de la satisfacción de tres necesidades: autonomía, competencia y relación, que influyen en el disfrute y compromiso de los usuarios. Los jugadores están completamente inmersos en el mundo virtual y este flujo contribuye a su disfrute y satisfacción, generando comportamientos de bienestar. Es fundamental diseñar aplicaciones gamificadas que tengan en cuenta las características de los usuarios.

Además, el uso de recompensas extrínsecas puede tener efectos

negativos en la motivación de los usuarios si se ven obligados a realizar tareas difíciles en relación con su nivel de conocimiento. Los usuarios intensamente motivados caen en un "estado de flujo" que fomenta su compromiso, lo que los lleva a concentrarse de manera específica y perder la conciencia de sí mismos.



Gracias al uso de dinámicas de gamificación, las organizaciones pueden aumentar el compromiso y la lealtad del cliente, la disposición a pagar, así como mejorar el compromiso de otras partes interesadas, como los empleados.

Tanto el objetivo de la gamificación como su eficacia se basan en el deseo de motivar y orientar el comportamiento de los usuarios hacia un objetivo concreto, implicándolos mediante la aplicación de mecánicas y dinámicas de juego.

3. GAMIFICACIÓN Y TURISMO SOSTENIBLE

La gamificación se puede aplicar en cualquier sector, pero el sector turístico no la está explotando al máximo como otros sectores. Muchas empresas famosas ya han adoptado la gamificación para aumentar la participación de los clientes, retenerlos, mejorar el desempeño de los empleados u obtener una ventaja competitiva.

Algunas de las tecnologías que han influido en el desarrollo de la gamificación son las tecnologías móviles (aplicaciones móviles, servicios basados en la ubicación), la computación en la nube, la Web 2.0 y la realidad aumentada. Sabiendo que para 2030 la mitad de la población mundial estará en línea y móvil, se vuelve esencial para la industria del turismo y la hospitalidad integrar las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en sus servicios.

Las TIC proporcionan herramientas estratégicas para el desarrollo del turismo sostenible, creando oportunidades para potenciar los efectos positivos del turismo y reducir sus impactos negativos en el destino.

3.1 El turismo sostenible

La relación entre el turismo y el medio ambiente representa uno de los principales temas en la agenda de los turoperadores, todos conscientes de su importancia.

Gracias a sus características, el turismo se percibe como una solución adecuada para perseguir un crecimiento económico sostenible. Según el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y la Organización Mundial del Turismo (OMT), el desarrollo sostenible representa "a process aimed at satisfying the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own".

Este enfoque se puede explicar utilizando los tres pilares de la

sostenibilidad: económico, social y ambiental. La sostenibilidad económica está ligada a la eficiencia de las actividades de las empresas en el largo plazo; la sostenibilidad social se refiere a la oferta de igualdad de oportunidades, el respeto a las diferentes culturas, la reducción de la discriminación y la pobreza, mientras que la sostenibilidad ambiental está ligada a la correcta gestión de los recursos escasos, especialmente los no renovables.

Un proceso de turismo sostenible debe tomar "full account of its current and future economic, social and environmental impacts, responding to the needs of visitors, industry, the environment and host communities".

Aunque casi todos los turistas afirman apoyar la idea del turismo sostenible, solo una pequeña parte de ellos adopta un comportamiento sostenible durante sus vacaciones. Por lo general, las empresas y las instituciones públicas son más conscientes del medio ambiente y se enfocan en implementar métodos y técnicas para hacer que el turismo sea más sostenible. Durante las vacaciones, la atención de los turistas se centra en experimentar un alto nivel de confort, o al menos superior al de la vida cotidiana. En esta situación, es difícil convencerlos de que adopten un comportamiento más sostenible, ya que podría percibirse como un factor que afecta negativamente a su nivel de comodidad. Por tanto, los turistas necesitan un fuerte incentivo para elegir tipos de transporte con un bajo impacto ambiental, elegir alojamientos sostenibles, consumir menos agua y comprar productos domésticos.

Afortunadamente, los turistas no se involucran deliberadamente en comportamientos que puedan resultar perjudiciales para el medio ambiente, por lo que los incentivos y las técnicas adecuadas podrían influir positivamente en el comportamiento sostenible, una transición hacia un estilo de vida más sostenible durante sus vacaciones. Una solución podría ser el uso de Internet y tecnologías basadas en Internet. La OMT considera que el turismo e Internet son socios ideales, ya que este último representa una forma eficiente de brindar servicios e información, de dirigirse a un

gran número de turistas a menores costos y, sobre todo, de desarrollar canales de comunicación adecuados que promuevan un estilo de vida sostenible. vivir durante las vacaciones.

3.2 Gamificación y sostenibilidad

Últimamente, la implementación del mecanismo de gamificación ha resultado en un enfoque más sostenible para el desarrollo turístico. Esta es una técnica que consiste en otorgar premios y ofrecer entretenimiento como incentivos a diferentes partes interesadas para obtener de ellos un comportamiento específico. Esta técnica tiene la capacidad de mejorar la experiencia turística de forma innovadora, combinando servicios turísticos con elementos de juego. Gracias a sus características, aumenta el valor añadido del producto turístico de forma sostenible y diversifica las experiencias de los turistas en el destino.

Existe una sinergia entre la gamificación y la sostenibilidad, basada en que ambas se centran en las respuestas emocionales. Según la OMT, los mecanismos de juego tienen la capacidad de crear experiencias positivas en el turismo -diversión, placer, sentido de logro- y proporcionar a los turistas tanto entretenimiento como información. Además, existe una buena posibilidad de que el turista adopte un comportamiento más sostenible si se le proporciona una forma de medir su progreso y razones para seguir adelante (acumular puntos para cupones de descuento, metas a alcanzar, nuevos niveles para nuevas instalaciones) y " oportunidad de competir con otros turistas (rankings y premios especiales para los mejores puntajes).

En el sector turístico, hoy podemos identificar diferentes sujetos involucrados en mecánicas gamificadas: turistas, proveedores de servicios y proveedores de plataformas. Por tanto, el nuevo ecosistema de servicios resultante es un contexto con potencial para la aplicación de la gamificación.

Desde el punto de vista del usuario, el uso de la gamificación depende de motivaciones utilitarias y hedónicas. De hecho, la curiosidad, la diversión y la socialización son las principales motivaciones de los turistas, junto con la posibilidad de vivir experiencias agradables y afrontar retos y metas.



El concepto de ludificación tiene sus raíces en los programas de fidelización o recompensa de clientes (por ejemplo, suscripciones y tarjetas de puntos), donde los consumidores obtienen puntos para canjear a cambio de productos. Los turistas buscan experiencias únicas y memorables, y el uso estratégico de las TIC y la difusión de las plataformas digitales ayudan a generar engagement y crear valor para la empresa y para los turistas. En el contexto turístico, las plataformas digitales cuentan con tecnologías orientadas al consumidor, y se han implementado posibilidades de gamificación para atraer usuarios y aumentar su engagement.

Las aplicaciones turísticas gamificadas hoy en día se distinguen entre juegos que promocionan y brindan información turística sobre la visita y aquellos basados en la ubicación, que tienen como objetivo aumentar el compromiso en la exploración del lugar. El uso de la gamificación involucra a los turistas a través de la imaginación y la diversión, mejorando

la experiencia de los turistas y sumergiéndolos en un mundo de viajes simulado, con experiencias más atractivas. Esta herramienta puede cambiar el comportamiento e influir en las necesidades psicológicas al integrar diversión, dinamismo y compromiso para mejorar la lealtad del cliente.

La gamificación permite a los turistas cocrear experiencias generando emociones positivas (por ejemplo, bienestar) e implicación aprovechando necesidades psicológicas: autonomía, competencia y relación, como el deseo de formar parte de la comunidad. Además, las mecánicas gamificadas alientan a los turistas a usar plataformas digitales generando contenido (por ejemplo, reseñas) o motivándolos a través de insignias. En consecuencia, co-crean valor mejorando el desempeño de los proveedores y asegurando la calidad del servicio ofrecido.

Desde el punto de vista de los proveedores de servicios, la gamificación contribuye a la formación de los empleados y permite educar a los consumidores.

A través de la gamificación, las empresas de turismo crean experiencias turísticas divertidas y atractivas, generando satisfacción y ganancias y ayudando a aumentar la lealtad de los clientes. A pesar de los beneficios potenciales, la adopción de la gamificación entre los proveedores de servicios turísticos es muy limitada. Surgió que los proveedores de servicios turísticos enfrentan desafíos en la planificación de iniciativas o servicios gamificados debido a los costos del proyecto y las dificultades para medir sus resultados.



Sin embargo, los proveedores de servicios turísticos deben esforzarse constantemente por mejorar la experiencia turística. Por ejemplo, la plataforma de Airbnb guía el comportamiento de los anfitriones (proveedores de servicios) y crea una relación de confianza entre anfitriones y huéspedes a través de mecánicas de gamificación, es decir, proporcionando insignias y puntos a los anfitriones cuando brindan servicios de calidad. El programa "Superhost", de hecho, tiene como objetivo crear incentivos que garanticen la participación de los anfitriones y la mejora de la calidad del servicio, satisfaciendo las necesidades de los huéspedes. El propósito de la insignia es garantizar que los anfitriones se comprometan a brindar un desempeño que cumpla con altos estándares de servicio.

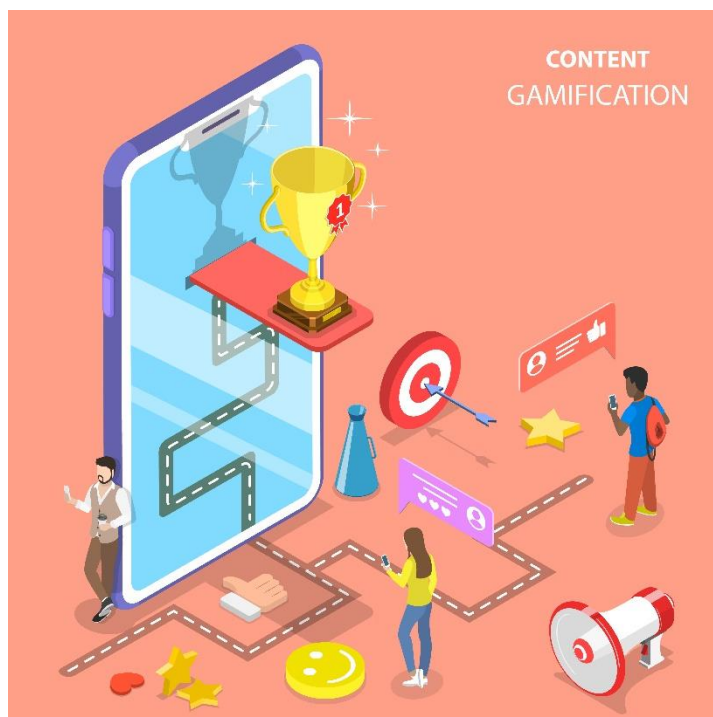
Todas estas dinámicas son posibles gracias a la creciente difusión de los sistemas TIC que ha favorecido la distribución e integración de elementos de juego en plataformas digitales. Con esta herramienta, las empresas turísticas mejoran el engagement durante la experiencia de la visita y su conocimiento del destino haciéndolas más conscientes de los

recursos locales. La implementación de mecánicas de juego en las plataformas digitales permite atraer y fidelizar a un mayor número de visitantes a la plataforma y proporciona a los proveedores de servicios una gran cantidad de datos sobre las preferencias, percepciones, feedbacks y recorridos de visita de los turistas. Se motiva a los prestadores de servicios a participar para fidelizar a los turistas, quienes se involucran en el destino al recibir información en el sitio turístico.

Hay varias razones que influyen en los usuarios para usar aplicaciones gamificadas, como el deseo de relación, amistad y apoyo entre los miembros de la comunidad social. Otros elementos que contribuyen a la implicación del usuario en las mecánicas gamificadas son:

- El deseo de sumergirse y escapar a un mundo de fantasía
- El deseo de poder, usar a otros jugadores para los propios objetivos matando o engañando a otros
- El deseo de éxito y poder, logrando las metas definidas por el juego
- El deseo de liderazgo
- El deseo de vivir una experiencia compartida, sentirse parte de una comunidad de jugadores y adquirir una reputación dentro de ella

En el contexto del turismo, la gamificación se utiliza para sensibilizar a los turistas sobre los temas de sostenibilidad económica, social y ambiental, promoviendo prácticas de turismo sostenible. Estas mecánicas de juego generan información que anima a los turistas a utilizar los recursos de manera eficiente y mejorar la reputación del destino turístico al crear interacción social con las comunidades locales. Por el contrario, los usuarios pueden resistirse a cambiar su comportamiento para promover la sostenibilidad, especialmente durante las vacaciones.



Sin embargo, a través de la mecánica del juego, es posible alcanzar los objetivos de sostenibilidad económica, social y ambiental mediante la sensibilización de los usuarios. La percepción de la utilidad, facilidad de uso y diversión de la aplicación son fundamentales para influir en los turistas y orientar su comportamiento. La gamificación mejora el uso eficiente de los recursos y promueve comportamientos sostenibles como la recogida selectiva. Estas mecánicas refuerzan la sostenibilidad económica al aumentar la lealtad de los clientes y el conocimiento de la marca y crear interacciones que involucren a los usuarios en actos de caridad.

Los estudios relacionados con el tema del comportamiento sostenible han destacado un cambio positivo en el comportamiento de los usuarios, demostrando que el uso de la gamificación genera beneficios utilitarios y hedónicos. Las mecánicas del juego mejoran el proceso de visita a los atractivos turísticos, brindan información a los turistas sobre cómo reciclar, los educan sobre estas prácticas sostenibles y los incentivan a difundir estos hábitos/comportamientos en su comunidad.

Las TIC son vistas como una poderosa herramienta para mejorar la sostenibilidad en el caso de empresas públicas y privadas. Entre todos los

tipos de aplicaciones de las TIC, los servicios basados en la ubicación se reconocen como una de las principales fuentes de sostenibilidad del turismo. Este tipo de aplicaciones, incluidas las herramientas de gamificación que las utilizan, generarán importantes beneficios para la comunidad del destino:

- Aumentar la eficiencia del consumo de recursos al brindar información a los turistas
- Mejorar la gestión de los flujos turísticos (por ejemplo, reducir la duración de las colas de espera, la congestión del tráfico)
- Apoyar una interacción adecuada entre los miembros de las comunidades locales y los turistas
- Reducir la degradación física del medio ambiente y apoyar la diversidad biológica

La relación entre las TIC y el turismo sostenible es simbiótica, ya que las herramientas de las TIC contribuyen significativamente a mejorar los impactos negativos del turismo.

En este sentido, las TIC representan una forma de mejorar la gestión y control de la organización, facilitar la identificación de áreas ambientalmente sensibles y brindar información a los tomadores de decisiones, ofreciendo a la comunidad la oportunidad de proteger y promover sus propios recursos endógenos.

La gamificación representa el uso intencional de elementos del juego para una experiencia lúdica de tareas y contextos no lúdicos. Al relacionar los conceptos de sostenibilidad y ludificación, se cree que las aplicaciones de sostenibilidad buscan apoyar y fomentar comportamientos sostenibles, como reducir la cantidad de recursos utilizados, invertir en iniciativas de reciclaje y formas de energía renovable, y reutilizar materiales cuando sea posible.

comportamiento responsable.

Los principales cambios de comportamiento apuntados a través de la gamificación fueron:

- Sensibilizar a turistas y residentes locales sobre la necesidad de un consumo sostenible. Residentes locales;
- El consumo responsable durante las fiestas;
- Ahorrar energía y reducir los desechos;
- Participar en acciones benéficas.

4. GAMIFICACIÓN Y SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL

Viajar evoluciona a través de nuevos conceptos, ya que la economía compartida y las redes sociales producen cambios sistémicos en la forma en que entendemos las relaciones entre el medio ambiente y los turistas. Además, muchos turistas utilizan tecnologías digitales y son más receptivos a las recomendaciones de otros viajeros, familiares y amigos. También piden productos y servicios de turismo sostenible y experiencias personalizadas. Además, la reducción del poder adquisitivo ha llevado a las personas a considerar compartir recursos, lo que ha resultado en un aumento de la economía colaborativa.

La percepción negativa de los residentes en destinos con masificación turística se manifiesta en preocupaciones de diversa índole, entre las que se encuentran el miedo a la pérdida de identidad, el aumento de los precios y el aumento de las infraestructuras dedicadas al turismo en detrimento de las destinadas a los residentes. Además, existe el temor de una falta de alojamiento accesible debido al crecimiento de las plataformas colaborativas y la congestión de los viajeros de un día, como el impacto del turismo de cruceros en el medio ambiente.

Además, si bien el turismo genera riqueza, también tiene efectos negativos en la economía local, aumentando la inflación y ofreciendo un tipo de trabajo generalmente no calificado. Por otra parte, si bien en ocasiones es signo de prosperidad, en otras provoca un empobrecimiento inducido por la desigual distribución de beneficios y la falta de reconocimiento de la cualificación de los trabajadores.

Algunos destinos ya están tomando medidas para controlar el hacinamiento. Dubrovnik y Santorini están restringiendo el acceso de pasajeros de cruceros. Ámsterdam y Venecia utilizan la tecnología para evitar congestiones en tiempo real, informando a los turistas de las masificaciones que se están produciendo en determinados lugares y facilitando información sobre visitas alternativas menos saturadas. Según los expertos, los precios pueden ser otra medida para equilibrar la oferta y la demanda. Un método propuesto consiste en segmentar las tarifas según el tipo de visitante o la hora del día.

Algunos destinos incluso fijan una cantidad para asegurar su sostenibilidad. Entre los problemas con los que se han encontrado los municipios de destinos turísticos sobrecargados está la integración de los visitantes al ecosistema del reciclaje.

La preocupación por mantener una sustentabilidad adecuada hace que la idea de promover comportamientos proambientales sea un canal relevante para lograr este objetivo. La movilidad turística plantea un problema acuciante en ciudades con una población fluctuante significativamente superior a la permanente.

Los objetivos finales de la gamificación de la relación entre las organizaciones turísticas y los turistas están vinculados sobre todo a la dimensión económica de la sostenibilidad: más clientes fieles, mayor frecuencia de consumo, mayor conocimiento de la marca o desarrollo de nuevos productos. Los turistas y clientes de las instalaciones de alojamiento representan el grupo objetivo de jugadores, ya que las empresas están interesadas en determinar cambios de comportamiento específicos que conduzcan a un aumento de la rentabilidad. La

gamificación aumenta la satisfacción del turista, ya que facilita el acceso a oportunidades y servicios adicionales en el destino: productos personalizados, más información, reconocimiento social, mejores formas de utilizar el tiempo de viaje, más interacción virtual con otros turistas de ese destino, etc.

Las externalidades positivas en la dimensión social de la sostenibilidad pueden derivar de los cambios de comportamiento de los turistas o de las estructuras creadas para ellos:

- Efectos de aprendizaje para turistas y residentes
- Participación de los turistas en actos benéficos o actividades turísticas destinadas a reducir la pobreza y generar cambios positivos en los lugares donde viven los residentes
- Mejora de la infraestructura TIC del destino, con la posibilidad de que los residentes se beneficien de ella para uso personal
- Las instalaciones para turistas discapacitados estarán disponibles para residentes discapacitados, etc.

Además, existe una externalidad ambiental positiva, ya que, en general, los medios digitales reducen el uso de recursos físicos para la producción y distribución en comparación con los impresos, pero, por otro lado, a nivel del consumidor, implica un aumento de energía debido a el uso de dispositivos electrónicos.

Algunas aplicaciones de gamificación tienen el objetivo de influir en el comportamiento de los visitantes o turistas y promover el consumo sostenible. El uso de mecánicas de juego puede fomentar el interés por la sustentabilidad y sostenibilidad del turismo. Los estudios que comparan el consumo de recursos (agua, energía, alimentos, gas, etc.) durante las vacaciones con la vida cotidiana subrayan un nivel acentuado de consumo y desperdicio durante las vacaciones. Por tanto, la concienciación sobre el consumo sostenible durante las vacaciones y la creación de herramientas

para mejorar o modificar el comportamiento de consumo de los turistas podría representar una importante contribución de la gamificación al desarrollo del turismo sostenible.

En este sentido, un gran ejemplo es el concepto de plataforma de ciudad de Eindhoven (Países Bajos) para reducir las emisiones de carbono en un destino. Esto requiere la participación de la comunidad local, las empresas y los turistas.

El sistema implica la interacción social a través de juegos y puntos de incentivo. La idea es muy simple: los visitantes que utilizan el transporte público ganan puntos y los utilizan para obtener descuentos en restaurantes, bares, museos o una tasa turística reducida, etc. La plataforma ofrece a los visitantes y ciudadanos soluciones de servicios superiores para un turismo sostenible y, al mismo tiempo, , actúa como una herramienta para conectar a las personas y permitirles actuar virtuosamente como una comunidad social.

Este concepto también se puede aplicar a temas sensibles como el consumo de agua, la reducción de residuos o el ahorro energético.

4.1 WasteApp

Uno de los principales problemas a los que se enfrentan las ciudades turísticas es la falta de información sobre papeleras y zonas de reciclaje. Las personas parecen ser muy conscientes de la necesidad de reciclar y generalmente lo hacen si saben cómo hacerlo. El lavado de dinero es bien aceptado por los ciudadanos como una actividad que vale la pena emprender, siempre que existan los medios para hacerlo.

El comportamiento de reciclaje de los turistas es un problema al que se enfrentan algunas ciudades europeas que sufren un turismo estacional que hace que la población flotante aumente muy por encima de la permanente. Este problema afecta la calidad de vida, no solo de los visitantes sino también de los habitantes habituales de estas zonas.

Entre los problemas señalados está la falta de información sobre los puntos de reciclaje, aunado a que los turistas se sienten exentos de las normas sociales cuando están de vacaciones y fuera de su entorno habitual, generando problemas en áreas específicas como la acumulación y mezcla indiscriminada de residuos.

El proyecto UrbanWaste, entre otras iniciativas, pretende corregir esta mala imagen del destino y contribuir a que los viajeros utilicen los medios que la ciudad pone a su disposición y que, en consecuencia, promuevan la reputación de la ciudad. A través del uso eficiente de los recursos, se espera que el turismo inteligente tenga un efecto positivo en la sostenibilidad del destino. Para ello, aprovecha el uso persistente que hacen los viajeros de los smartphones durante su visita. Utilizar esta circunstancia como una alianza para promover comportamientos proambientales.

La aplicación WasteApp, basada en la gamificación, pretende incentivar y activar mecanismos que produzcan un hábito de conducta de reciclaje en los visitantes.



Visual desde: www.urban-waste.eu

Este trabajo se enmarcó en el contexto del turismo sostenible a través de comportamientos de reciclaje, como parte de la iniciativa de

investigación H2020 liderada por un consorcio de 11 ciudades (Nicosia, Siracusa, Santander, Ponta Delgada, Lisboa, Tenerife, Dubrovnik, Niza, Copenhagen, Kavala y Florencia), llamado UrbanWaste.

Una de las propuestas de investigación consistió en el desarrollo de una aplicación gamificada, WasteApp, basada en la geolocalización para promover el comportamiento de reciclaje de los turistas a través de una serie de premios.

Esta sección del proyecto se dividió en tres fases principales. Primero, la aplicación se definió y perfeccionó con los comentarios de un grupo de enfoque técnico. Posteriormente, se utilizó una serie de cuatro ciudades piloto seleccionadas para probar la intención de uso de la aplicación por parte de un grupo de usuarios potenciales. Estos resultados se utilizaron para refinar la aplicación antes de implementar la versión final, probada con turistas que participaron en un experimento de campo realizado en las ciudades piloto seleccionadas.

Está dirigido a turistas que persiguen un triple objetivo: por un lado, se pretende sensibilizar a los turistas sobre el correcto uso de las infraestructuras para la recogida selectiva de residuos; por otro lado, se trata de utilizar la aplicación como plataforma de recogida de datos extensiva para su posterior análisis sobre el comportamiento de los turistas en la recogida selectiva. Además, esta aplicación proporciona información sobre los turistas y recoge las quejas de los usuarios. Por último, trata de informar al usuario sobre las políticas y métodos de reciclaje en cada ciudad, indicando los puntos de recogida de residuos, horarios de recogida y otros datos de interés para el turista.

La aplicación sigue un paradigma basado en la gamificación para conseguir los objetivos indicados. La gamificación propuesta se basa en la obtención de puntos canjeables por premios en las ciudades piloto del consorcio UrbanWaste. Los mecanismos para obtener puntos son la lectura de códigos QR (Quick Response) ubicados en los contenedores de basura de las ciudades y la publicación de comentarios en las redes sociales utilizando el hashtag del proyecto. Estas cestas aparecen en un

mapa proporcionado por la aplicación. Además, cada ciudad tiene una oferta de premios que los turistas pueden canjear por los puntos correspondientes.

La aplicación gamificada se desarrolló utilizando el paradigma MDA (mecánica, dinámica, estética). El diseño se superpuso en niveles. Primero, un nivel mecánico se ocupó de las relaciones algorítmicas y las estructuras de datos. En segundo lugar, un nivel dinámico abordaba el uso de las mecánicas por parte del usuario y las interacciones con las estructuras internas del propio juego. Finalmente, se vinculó directamente un nivel de "sensaciones" con el objetivo final del juego: provocar una respuesta emocional en el usuario. En este caso, la meta está directamente ligada a tres mecanismos principales: la recompensa implícita de saber contribuir a la sostenibilidad del lugar visitado, la obtención de puntos y, finalmente, la recompensa recibida.

El juego debe ejecutarse en los sistemas operativos para teléfonos móviles de mayor distribución, y cada ciudad se ha investigado de forma independiente. La filosofía del juego se basa en una estrategia de puntos-recompensa en la que los usuarios obtienen puntos mediante la lectura de códigos QR ubicados en las papeleras.

Las sensaciones a evocar en el usuario son las siguientes: utilidad, desafío (para usuarios que buscan recompensas) y conciencia social/ecológica. La mecánica propuesta consistía en proporcionar a los usuarios información sobre las instalaciones de recogida de residuos en un mapa interactivo, códigos QR en papeleras para acceder a los puntos, una lista de premios para cada ciudad y algunos eco-tips (consejos ecológicos relacionados con los residuos) que se mostraban en la pantalla de los usuarios. después de leer códigos.



Para que una aplicación gamificada aumente la probabilidad de lograr un cambio de comportamiento, es fundamental garantizar que exista influencia regulatoria entre los miembros de una comunidad digital. En otras palabras, un miembro puede comenzar a reciclar para adaptarse al comportamiento proambiental del resto de los miembros de una manera que produzca un sentimiento de aceptación. Por otro lado, los elementos del juego crean oportunidades para la difusión social de ideas y comportamientos, haciendo visibles acciones que son intrínsecamente privadas para amigos y colegas.

Otra ventaja que las aplicaciones gamificadas pueden brindar al jugador está representada por información concreta sobre cómo desarrollar su propio comportamiento ambientalmente consciente. Los turistas a menudo no tienen información sobre las normas y los horarios de recogida selectiva de residuos en la zona que visitan. La intervención puede ser más eficaz si los turistas reciben instrucciones específicas y fáciles de entender que les permitan saber cómo, cuándo y dónde actuar.

Como se indicó anteriormente, una aplicación gamificada de sostenibilidad busca apoyar y fomentar comportamientos sostenibles, como ayudar a reciclar comportamientos, reducir residuos o ahorrar energía.

Las iniciativas desarrolladas para promover conductas proambientales, y explícitamente el reciclaje, se han diseñado como experimentos aislados (colocando un contenedor separado que produce estímulos sonoros y

luminosos cuando se produce la acción). Sin embargo, la propuesta en la que se enmarca el proyecto busca llegar a un mayor número de ciudadanos a través de la aplicación WasteApp, que fomenta estos comportamientos e informa sobre los barrios recicladores cercanos, utilizando herramientas de gamificación.

Las herramientas de juego utilizadas por las estrategias de gamificación producen en el usuario un estado que intrínsecamente motiva al ciudadano a repetir acciones sustentables; es decir, gracias a la gamificación se forma un hábito. Este estado de flujo puede corresponder a la satisfacción del usuario.

Además, puede encontrar estudios de salud que han demostrado que un nuevo comportamiento se convierte en un hábito a través de la repetición. Esto implica que la frecuencia de este nuevo comportamiento es significativa y termina involucrando a las personas en la práctica. Más importante aún, la formación de este hábito lleva a las personas a mantener la acción a largo plazo, incluso sin necesidad de utilizar la gamificación como motivación.

El cambio de comportamiento a largo plazo solo ocurrirá si las personas realizan repetidamente un comportamiento sostenible y terminan internalizándolo. Investigaciones recientes sugieren que la gamificación logra mantener un comportamiento proambiental a lo largo del tiempo y producir un cambio de comportamiento a largo plazo.

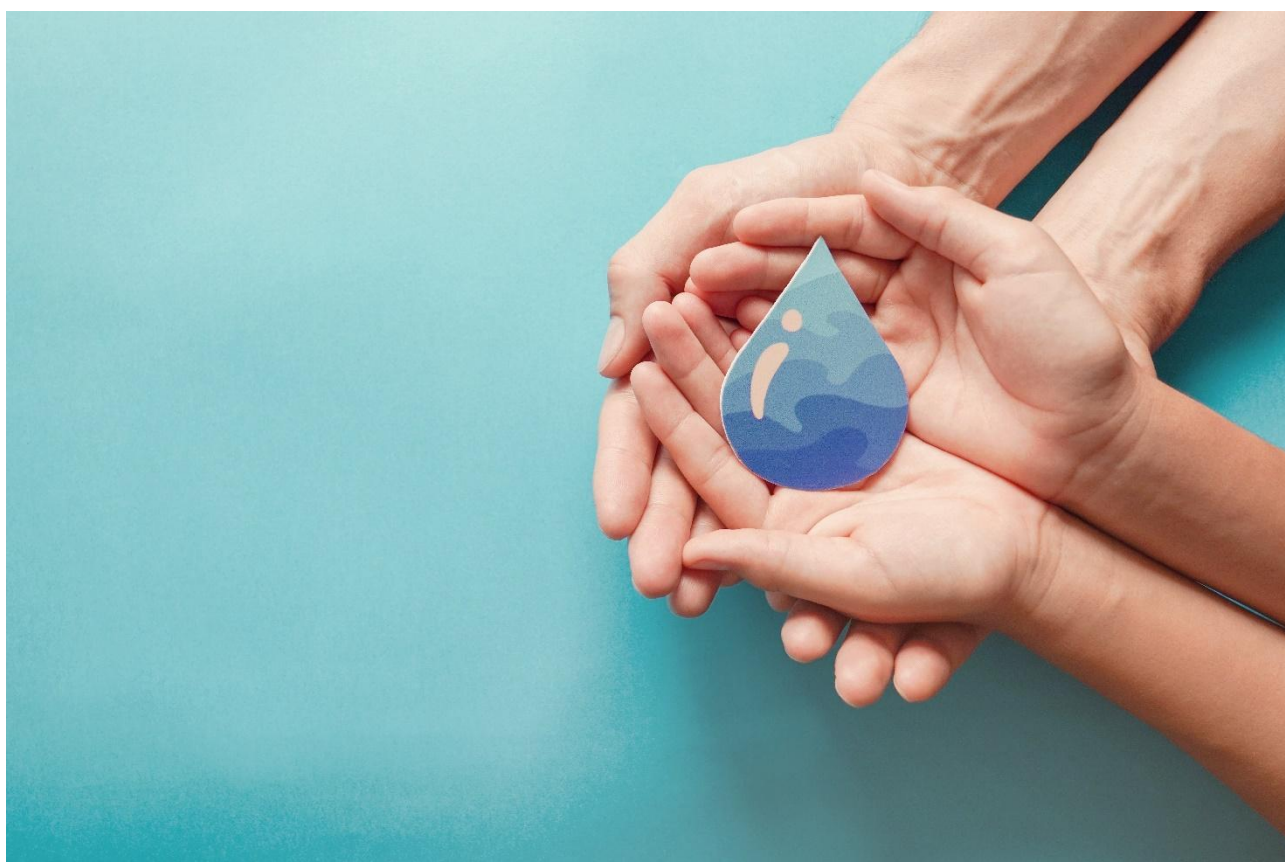
El refuerzo del comportamiento es uno de los efectos de la gamificación, un resultado que parece ser más efectivo que el castigo. Como consecuencia de ello, se produce un efecto causal: la gamificación aumenta la satisfacción de los usuarios cuando se les informa periódicamente sobre su progreso y se les ofrece un feedback continuo sobre los objetivos que van consiguiendo. Este hecho permite una sensación de alto rendimiento individual que refuerza el comportamiento que promueve la aplicación.

Los beneficios psicológicos, incluida la satisfacción con la aplicación, se

traducen en un compromiso de uso. Con base en la teoría del comportamiento planificado, se espera que la satisfacción del usuario influya positivamente en la contribución a la acción de reciclaje.

4.2 Water Ark and Ocean Limited

La conservación del agua es otro contexto en el que los investigadores probaron si se puede promover la sostenibilidad a través de aplicaciones y juegos gamificados. En un estudio que examinó cómo aumentar la participación con un tablero comunitario para prepararse para eventos relacionados con el agua (por ejemplo, la planificación de la conservación del agua durante una sequía), los investigadores compararon cómo los diferentes elementos de la gamificación afectaron la frecuencia con la que los participantes iniciaron sesión en la plataforma.



Los participantes, particularmente aquellos interesados en ayudar a otros y apoyar a su comunidad, informaron estar motivados para prepararse para eventos relacionados con el agua en respuesta al uso de elementos de gamificación, como ganar puntos por leer artículos proporcionados en el tablero. Del mismo modo, la adición de un componente de visualización del medidor de agua a través de una aplicación que simultáneamente establecía objetivos de conservación de agua, proporcionaba incentivos para conversaciones sobre el agua y permitía la comparación social con otros usuarios condujo a una reducción en el consumo de agua..

Se ha descubierto que los juegos de mesa como el "Arca del agua" aumentan el conocimiento y la percepción de la responsabilidad personal hacia los recursos hídricos. De manera similar, los adolescentes que jugaron "Ocean Limited", otro juego de mesa, demostraron una mayor capacidad para resolver problemas cooperativos relacionados con la sostenibilidad marina (por ejemplo, planificar una respuesta o prevenir futuros derrames de petróleo).

4.3 Nest

Cuando se trata de ahorro de energía, un ejemplo es el termostato inteligente Nest, que intenta controlar y administrar los sistemas de calefacción y refrigeración del hogar. Esta aplicación combina tres activos de datos: sensores de temperatura y movimiento integrados, datos meteorológicos locales y observaciones de los ocupantes de la vivienda. En aproximadamente una semana, Nest crea un programa personalizado de calefacción y refrigeración para cada familia. Nest es estéticamente agradable, utiliza un mecanismo de "hoja" virtual galardonado para establecer la temperatura a niveles de eficiencia energética y ha comenzado a afectar el comportamiento.

El comportamiento de ahorro de energía es importante no solo para viviendas unifamiliares, sino especialmente para residencias compartidas,

como residencias, dormitorios de estudiantes o unidades de vivienda, porque los propios habitantes son poco conscientes del uso de la energía, mientras que los administradores o propietarios tienen un alto nivel de interés en controlarlo. Como los ocupantes no tienen ningún incentivo para ahorrar energía o reducir el desperdicio de recursos, la gamificación es una forma de crear conciencia sobre los problemas ambientales.

La mecánica del juego se ha utilizado con éxito para involucrar a los estudiantes de Oberlin College y la Universidad del Sur de California en una competencia para reducir el consumo de recursos en las residencias. Como resultado de sus actividades, se proporcionó retroalimentación ecológica en la web o en exhibiciones públicas compartidas.

5. CONCLUSIONES

El capítulo examinó los beneficios de la gamificación en el turismo y la hostelería basándose en los pilares de la sostenibilidad: económica, social y medioambiental. El resultado es una grilla completa con las principales implicaciones de las técnicas de gamificación para diferentes tipos de stakeholders. Este estudio sitúa el papel de la ludificación para el turismo y la hostelería en un contexto más amplio del desarrollo sostenible.

La gamificación contribuye a la experiencia turística en general y puede utilizarse como interfaz entre los turistas, las organizaciones y las comunidades locales, para estimular un comportamiento responsable y ético. Aparte de algunos enfoques que consideran la gamificación como otra forma de atraer turistas o clientes, existe una característica sostenible visible: de hecho, si bien esta técnica es sin duda muy efectiva para garantizar beneficios económicos en las mejores prácticas analizadas, también ha mostrado beneficios significativos. . en términos de sostenibilidad social y ambiental.

Por supuesto, el beneficio más importante de la gamificación es aumentar la lealtad a la marca. Sin embargo, los resultados no solo deben evaluarse en términos de la cantidad de productos o servicios

consumidos, sino también en términos de la disposición de los turistas a adoptar los comportamientos sostenibles recomendados por los proveedores de gamificación. En consecuencia, se implementarán algunos valores creados para reducir el impacto ambiental y social negativo, especialmente en el caso de las generaciones más jóvenes.

Por otro lado, la gamificación de los servicios turísticos tiene un impacto positivo en la comunicación y la interacción social, generando una conciencia colectiva de suma importancia para el desarrollo de las comunidades locales. Los cambios resultantes (personal más informado y más calificado, mayor satisfacción, pensamiento estratégico empresarial más preciso, actitudes más positivas de los lugareños hacia el turismo y la sostenibilidad) conducen a un cliente satisfecho, lo que garantiza la sostenibilidad de la organización turística. El vínculo directo con los turistas ayuda a las comunidades locales a conocer, promover e integrar su cultura y sus valores culturales.

Junto con empleados más calificados, la gamificación contribuye a mejorar la imagen general de la ciudad o localidad, un desarrollo de cooperación entre empresas que puede tener un impacto positivo en el bienestar de toda la comunidad. Los mejores resultados en términos de mejora de la sostenibilidad se encontraron en el caso de las herramientas de gamificación destinadas al desarrollo o creación de nuevos productos, la formación de empleados y la educación de turistas y residentes. A través de la gamificación, los nuevos productos turísticos integran objetivos económicos con externalidades sociales y ambientales positivas, el entorno de formación se vuelve más atractivo y los turistas descubren la historia, la vida y la identidad de los destinos, todo ello con un impacto negativo mínimo. sobre la comunidad local y el medio ambiente.

Para aspirar a un enfoque sostenible, la gamificación no solo debe fortalecer la relación entre turistas y empleados, sino también incluir a la comunidad local en la ecuación. La gamificación puede ayudar a pasar de una perspectiva de gamificación centrada en el negocio a una verdaderamente sostenible. La autoestima, el reconocimiento social y la

oportunidad de crear nuevas amistades tienen el poder de concienciar a los actores del turismo sobre el impacto de sus vacaciones y de involucrarlos en comportamientos sostenibles.

FUENTES

- Aguiar-Castillo, L.; Rufo-Torres, J.; De Saa-Perea, P.; Perez-Jimenez, R. How to Encourage Recycling Behaviour? The Case ofWaste App: A Gamified Mobile Application. Sustainability 2018, 10, 1544.
- Anagnostopolou et al., 2018; Hamari et al., 2014°.
- Carli, D. Print vs. Digital Media: False Dilemmas and Forced Choices.
- Huotari, K. and Hamari, J. (2012), “Defining gamification: a service marketing perspective”, Proceeding of the 16th International Academic MindTrek Conference, ACM, Tampere.
- Koroleva, K., & Novak, J. (2020). How to Engage with Sustainability Issues We Rarely Experience? A Gamification Model for Collective Awareness Platforms in Water-Related Sustainability. Sustainability, 12, 712.
- UNEP; UNWTO. Making Tourism More Sustainable—A Guide for Policy Makers, 2005..
- Uskov, A.; Sekar, B. Serious games, gamification and game engines to support framework activities in engineering: Case studies, analysis, classifications and outcomes. In Proceedings of the 2014 IEEE International ConferenceElectro/Information Technology (EIT), Milwaukee, WI, USA, 5–7 June 2014.

ACERCA DE

White Manager es una sociedad privada, establecida en 2015 en Milán. La sociedad, nacida como una puesta en marcha del sueño de Bassani de un e-Learning innovador, cuenta con más de 50000 estudiantes de todo el mundo. White Manager opera como proveedor de diferentes empresas globales que se ocupan principalmente de turismo, servicios y seguros, pero también de asociaciones con el propósito de desarrollar la conciencia de los mercados locales de vino italiano.

White Manager crea los caminos de e-Learning para público joven y adulto, con el propósito de enseñar y popularizar los contenidos a través de la innovación y la gamificación. La gamificación ayuda al usuario a sumergirse más fácilmente en la explicación y recordar mejor los conceptos. Todas las capacitaciones incluyen las estrategias y dispositivos de aprendizaje más innovadores (ej. Realidad Virtual, Realidad Aumentada; accesible en teléfonos, tabletas, computadoras portátiles; aprendizaje digital, aprendizaje a distancia, seminarios web...)

El equipo de White Manager es joven, multidisciplinar, internacional y dinámico. Está compuesto por una variedad de personas de diferentes carreras y antecedentes de calificación que lideran la calidad y diversidad de los proyectos que creamos.

Especializado en aprendizaje y desarrollo de juegos, White Manager ha desarrollado y comercializado el videojuego “The Way of Life” en colaboración con CyberCoconut, otra startup de Milán. “The Way of Life” trata temas como el bullying, la eutanasia, el acoso y la guerra para involucrar al jugador. El objetivo del juego es despertar y desarrollar el pensamiento crítico y la conciencia social de los jugadores.

A lo largo del año, White Manager ha desarrollado múltiples cursos de aprendizaje electrónico sobre los temas de necesidades dietéticas específicas, peligros alimentarios y sobre el abuso de alimentos, drogas y alcohol. Estos cursos estaban compuestos por una mezcla de indicaciones,

medidas de prevención, alternativas de solución y buenas prácticas dirigidas a los diferentes temas. Otro conjunto de cursos abordó el posible acoso debido, entre otras cuestiones, a problemas y trastornos de la nutrición.

Otra rama del proyecto relevante para la aplicación es una serie de cursos prácticos de aprendizaje electrónico centrados en OJT: enfoque de capacitación en el trabajo. Estos cursos orientaron al personal de cocina de grandes empresas turísticas en la comprensión y enfoque de los ingredientes y los procedimientos a utilizar para preparar comidas saludables.

White Manager también tiene un año de experiencia en la elección de diferentes motores y soluciones de e-Learning para desarrollar sus cursos multimedia, que van desde videos presenciales y personalizados, cursos de Realidad Virtual, cursos 360°, cursos 3D y 2D, cursos de gamificación .



8. Cómo incentivar comportamientos proambientales en el personal

Rivensco Consulting Ltd

1. INTRODUCCIÓN

El turismo constituye un sector dinámico que tiene un gran impacto en la economía mundial creando el entorno para un desarrollo económico integral, especialmente en países que tienen recursos limitados de materias primas. El impacto directo del Turismo ha experimentado un crecimiento masivo desde los albores del milenio y creció aproximadamente un 300% en tan solo diecisiete años (Gráfico 1).

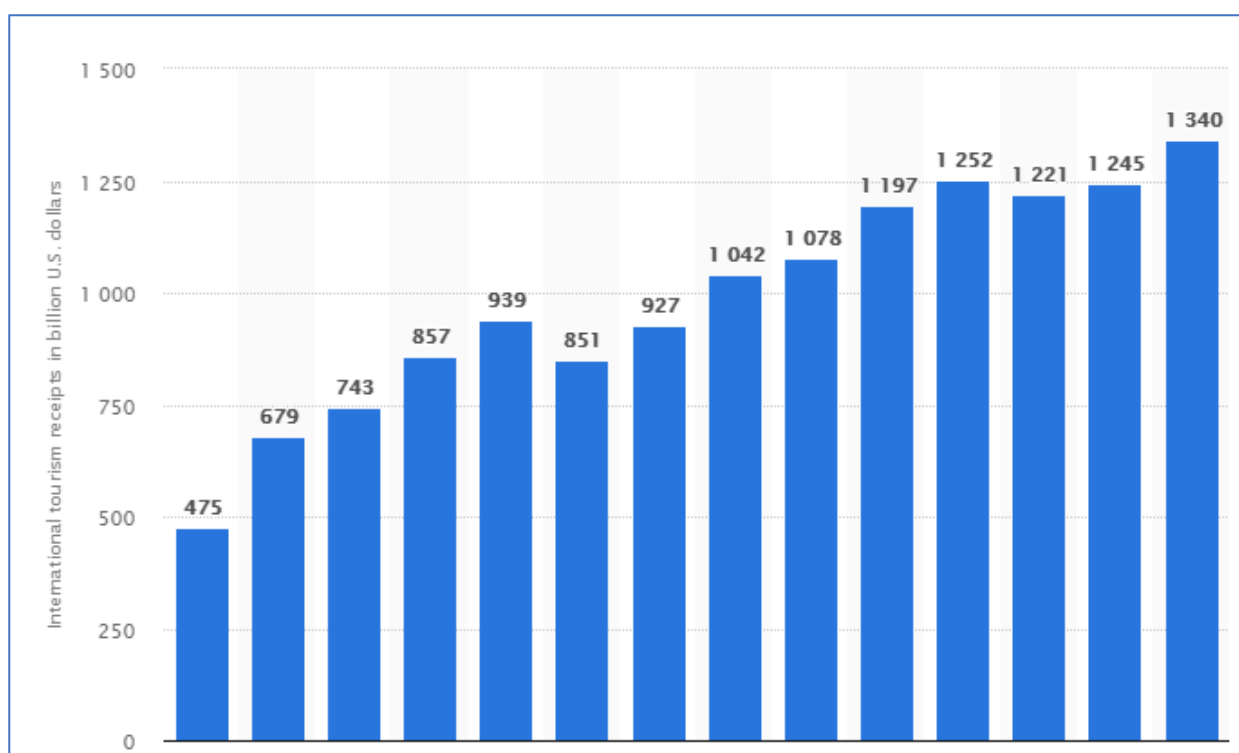


Gráfico 1: Ingresos mundiales por turismo internacional de 2000 a 2017 (en miles de millones de dólares estadounidenses). Fuente: Statista (2018)

La identificación específica proporciona una base sólida sobre la cual se debe examinar y evaluar críticamente la comprensión general de la sostenibilidad dentro de la industria del turismo. El rápido crecimiento de los ingresos no puede aislarse de la comprensión general del turismo y, más específicamente, de cómo esto puede tener un impacto en la economía de la República de Chipre, que en gran medida depende del turismo.

La industria de la hospitalidad siempre ha sido considerada como uno

de los principales impulsores del crecimiento económico en todo el mundo, contribuyendo enormemente en varios índices importantes. Esta tendencia ha aumentado rápidamente durante las últimas décadas, y 2019, el año anterior al brote pandémico de Covid-19, se considera el mejor año para la industria hotelera mundial. Es importante destacar que esta tendencia ha sido similar en todas las regiones, a pesar de algunas fluctuaciones en cuanto al nivel de este desarrollo, lo que destaca la importancia de la industria hotelera a nivel local, nacional e incluso regional, siendo Europa uno de los principales contribuyentes. Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (OMT, 2020), algunos de estos hechos son los siguientes:

- El turismo es la tercera categoría de exportación más grande (después de los combustibles y los productos químicos) y en 2019 representó el 7% del comercio mundial
- En varios países, la contribución del Turismo en el Producto Interno Bruto (PIB) nacional
- El turismo se ha visto muy afectado por el brote de la pandemia de Covid-19 y se espera que sea el último en recuperarse
- Ninguna nación se ha visto afectada por el impacto de la pandemia de Covid-19, lo que genera preocupación por el desarrollo futuro
- Los ingresos por exportaciones del turismo podrían caer en \$910 mil millones a \$1,2 billones en 2020. Esto tendrá un impacto más amplio y podría reducir el PIB mundial entre un 1,5 % y un 2,8 %
- Algunos Pequeños Estados Insulares en Desarrollo (PEID) se verán afectados negativamente hasta en un 80 % debido a la pandemia

Todos los elementos mencionados anteriormente crean serias preocupaciones sobre el papel estratégico y el impacto de la industria hotelera y cómo esta puede disfrutar de un desarrollo saludable y sostenible, luego de los efectos negativos recientes. Se espera que esto conduzca a varios cambios en muchos niveles de la jerarquía organizacional, lo que requerirá cambios sustanciales para garantizar que la industria hotelera continúe teniendo un papel importante en la economía global. Esto tiene una importancia cada vez mayor para los países más pequeños, especialmente aquellos que dependen en gran medida del turismo (con la República de Chipre como uno de ellos), por lo tanto, existe una gran necesidad de garantizar que desarrollarán las estrategias apropiadas (FMI, 2020).

1.1 Cyprus Sustainable Tourism Initiative (CSTI)

En 2006, la República de Chipre, en plena cooperación con el sector privado, desarrolló la Iniciativa de Turismo Sostenible de Chipre (CSTI), que se ha convertido en un elemento importante del desarrollo del turismo. Más específicamente, 'El objetivo es promover el desarrollo de un enfoque sostenible del turismo en Chipre a través



de la preservación, conservación y protección del medio ambiente, el uso sensato de los recursos naturales y la mejora de las condiciones sociales y económicas de las comunidades rurales marginadas de Chipre.” (CSTI, 2019). La cooperación entre CSTI, por un lado, y la Organización de Turismo de Chipre (CTO) y Travel Foundation UK, por otro lado, ha permitido que la industria del turismo prospere incluso en tiempos económicos turbulentos.

El CSTI ha logrado a lo largo de los años atraer e involucrar en su funcionamiento a un gran número de Miembros que contribuyen efectivamente al establecimiento de una cultura positiva en las comunidades locales, así como dentro de las organizaciones privadas. Lo que es más importante, el CSTI abarca 64 grupos de empresas que operan en la industria del turismo, 8 productores de productos principalmente tradicionales, 7 municipios locales y 3 universidades. Además, muchas personalidades reconocidas se han unido para contribuir a la Iniciativa que ha logrado desarrollar varios Proyectos pioneros que se centran en la Sostenibilidad en la industria del Turismo (Gráfico 3).

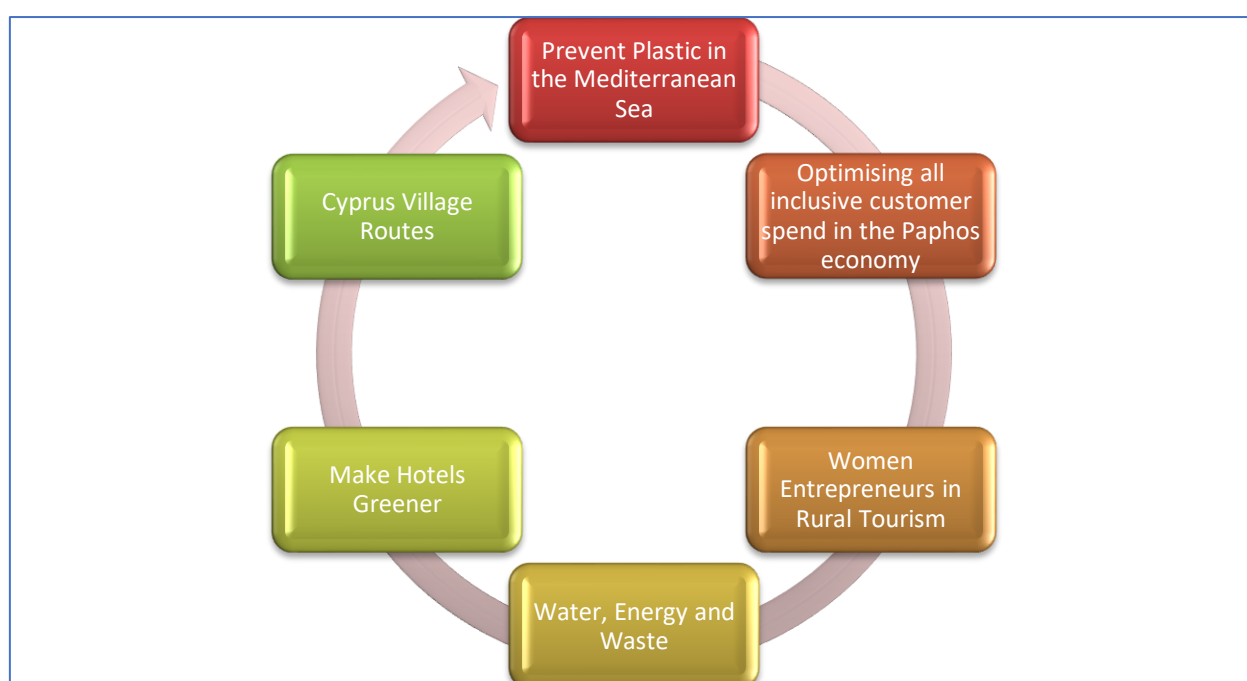


Gráfico 3: Proyecto desarrollado por CSTI (2019)

Los proyectos anteriores, la lista no está agotada, brindan espacio para comprender el impacto del enfoque estratégico de Chipre, tanto del sector público como del privado, en el desarrollo de una estrategia sostenible sólida que permitirá que la industria del turismo sea más efectiva y competitiva. en el mercado internacional.

1.2 Educación y Turismo Sostenible

La educación es importante para el desarrollo de la Sostenibilidad en la industria del Turismo. Según Moscardo (2015, p.1) “La creciente preocupación pública por los problemas ambientales está contribuyendo a la presión sobre gobiernos, empresas, grupos e individuos para encontrar soluciones que avancen hacia una relación más sostenible con el planeta. Un elemento clave para lograr los objetivos de sostenibilidad es la educación”.

Esta identificación es realmente importante ya que está totalmente alineada con el enfoque del país en el desarrollo de una estrategia para educar a las personas. Esta educación se basa en tres niveles:



i. Educación Secundaria: Preparar a los estudiantes para ingresar a la Industria como Chefs y Meseros profesionales, brindándoles las habilidades adecuadas para desarrollarse en los trabajos específicos, así como la capacidad de desarrollar aún más sus habilidades en la educación terciaria. Estos programas se ofrecen en todas las ciudades en las Escuelas Técnicas, y forman parte del Currículo oficial del Ministerio de Educación y Cultura de la República de Chipre;

ii. Educación Media Superior: En este nivel, los estudiantes que egresan

de los programas ofrecidos en la Educación Media están preparados para incorporarse a la industria del Turismo en diversas profesiones como Panadero, Tecnologías de la Información (TI) y Comunicaciones, Instalaciones Eléctricas e Industriales y Gestión de Suministro de Productos;

iii. Educación terciaria: varios colegios y universidades han desarrollado programas pioneros para preparar a los estudiantes para ingresar a la industria de viajes, hospitalidad y eventos (THE), en puestos gerenciales. Principalmente organizaciones terciarias privadas como C.D.A. College, CIM, UCLAN Chipre, American College, KES College, The College of Tourism and Hotel Management, Intercollege, University of Nicosia y European University Cyprus, ofrecen una gran cantidad de títulos de pregrado y posgrado para preparar a los estudiantes para ingresar la Industria, creando sostenibilidad en términos de Recursos Humanos. Es importante destacar que todos los graduados son absorbidos por la Industria, por lo tanto, creando el ambiente apropiado para que otros los sigan;

Además de los tres niveles anteriores, el Gobierno de la República de Chipre ha logrado en los últimos años desarrollar una serie de Programas a través de la Autoridad de Desarrollo de Recursos Humanos que se enfocan en brindar apoyo continuo a profesionales en varias industrias, siendo la industria del Turismo en la primera línea de los programas específicos. A través de estos cursos de capacitación, el país ha logrado desarrollar una ventaja competitiva sostenible ya que el país puede confiar en su fuerza laboral para hacer avanzar la industria, ya que esto se considera vital para el desarrollo general de la industria (Cooper & Shepherd, 1997; Barney & Clark , 2007).

1.3 Agroturismo Sostenible

En Chipre, el agroturismo ha experimentado un crecimiento masivo en los últimos años debido al enfoque estratégico del país en brindar a las personas y empresas en áreas rurales las comodidades adecuadas, tanto financieras como no financieras, para ser más efectivos y enfrentar la creciente urbanización que ha llevado a un impacto negativo en el desarrollo económico de las áreas rurales.



Con el fin de posibilitar el desarrollo Sostenible, el país ha diseñado e implementado medidas específicas tales como:

- i. Soporte financiero;
- ii. Formación de recursos humanos;
- iii. Soporte de tecnología de la información;
- IV. Soporte de mercadeo
- v. Plataforma Común en Línea (<https://www.agrotourism.com.cy>).

Estas acciones han permitido el desarrollo de más de dos mil Pequeñas y Medianas Empresas (PYME) que prosperan en las zonas rurales, creando más de cinco mil nuevos puestos de trabajo y, por lo tanto, contribuyendo al desarrollo económico del país, luego de la reciente crisis financiera. El agroturismo constituye un elemento importante para cualquier país y su Sostenibilidad depende en gran medida de la capacidad de cada país para

apoyar tales acciones (Williams, 2016).

1.4 Formas alternativas sostenibles de turismo

La sostenibilidad en el turismo requiere que los países se aseguren de realizar estudios de mercado extensos para identificar las tendencias del mercado y brindar la oportunidad a las empresas de establecer nuevas formas alternativas de turismo, que no solo sean exitosas financieramente, sino que también se caractericen por largo tiempo. sostenibilidad a largo plazo, lo que conduce a una sólida ventaja competitiva (Triarchi & Karamanis, 2017).



Chipre ha logrado tradicionalmente desarrollar sus Productos y Servicios Turísticos en general sobre lo que el país tiene en 'producción en masa'; la del tiempo soleado y las temperaturas equilibradas, incluso durante los meses de invierno que se caracterizan por un clima suave y temperaturas relativamente soportables. Esto ha consolidado al país como un destino claramente relajante en cuanto a clima.

Sin embargo, durante las últimas dos décadas el país, a través de su Estrategia Nacional que abarca tanto al sector público como al privado, ha desarrollado varias formas alternativas de turismo. De hecho, esta Estrategia Nacional ha logrado dar sus frutos, y el país ha experimentado

un crecimiento relativamente positivo en otras formas de turismo, tales como:

i. Turismo Médico que atrae a miles de visitantes, y se basa en dos grandes pilares. El primero se refiere a los pacientes y atrae a miles debido a la alta calidad del tratamiento médico privado junto con el menor costo de los hospitales privados en relación con otros países desarrollados de la UE (www.medicaltourism-cyprus.com). El Segundo Pilar se refiere a las Conferencias Médicas que están floreciendo en Chipre, especialmente durante los últimos años (Med Events, 2019);

ii. El turismo de peregrinación se considera una de las formas de turismo más antiguas e importantes. Chipre ofrece una excelente oportunidad para que la gente visite varios sitios que están vinculados a los primeros años cristianos, atrayendo a visitantes tanto de cristianos ortodoxos como católicos, así como protestantes. Además, el ambiente religioso tolerante y extrovertido de la isla permite que otras personas visiten estos lugares de interés;

iii. El turismo deportivo se identifica como una industria masiva que ha tenido un gran impacto en la economía de Chipre y ha logrado crear una excelente marca en el mercado deportivo internacional. El clima ideal, especialmente entre septiembre y mayo, posibilita el desarrollo de varios grandes eventos como las Maratones que se realizan en cada ciudad, en diferentes épocas del año para que todos puedan beneficiarse. Además, durante noviembre – febrero, el país recibe a decenas de equipos de fútbol del norte de Europa en los que el clima no facilita el entrenamiento. En base a eso, el país ha mejorado su infraestructura tanto en cantidad como en calidad;

IV. El turismo de buceo también atrae a miles de visitantes ya que las aguas claras y seguras del país permiten atraer a personas que buscan esta forma alternativa de turismo. Además, 'Las 64 playas con bandera azul en Chipre han logrado clasificar a Chipre en primer lugar en Europa por la proporción de playas que recibieron la "Bandera Azul", con respecto al número total de playas en el país, por duodécimo año consecutivo. 8

playas de Chipre recibieron la Bandera Azul por primera vez en Chipre, en 1995.' (Gojkovic, 2017). Por lo tanto, se considera que esto se suma al producto turístico en general, creando la oportunidad para que las empresas relacionadas con la industria específica se desarrollen a un nivel más profesional, contando con el pleno apoyo de las autoridades del país.

Todo lo anterior constituye sólo algunas de las formas alternativas de Turismo que se han desarrollado. La lista no es exhaustiva, sin embargo, se consideran algunas de las mejores formas de atraer a más personas y extender la temporada de verano, ya que la estacionalidad constituye uno de los obstáculos más importantes de la industria (Duro, 2018). Además de todo lo anterior, recientemente se han puesto en marcha otras iniciativas en áreas como el turismo enológico y gastronómico, ya que Chipre constituye uno de los primeros países en haber producido vino; y Cicloturismo por la formación del país y el buen tiempo. Sin embargo, se debe hacer más en estos, ya que solo se encuentran en sus pasos primarios.

2. COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL y COMPORTAMIENTOS PROAMBIENTALES

El Comportamiento Organizacional se considera un factor extremadamente importante en el desarrollo de las organizaciones contemporáneas, lo que lleva a los equipos de gestión a establecer políticas extrovertidas para garantizar que aumentarán sustancialmente el desempeño general, tanto en entornos internos como externos. El comportamiento organizacional se define como "... el estudio académico de cómo las personas interactúan dentro de los grupos y sus principios se aplican principalmente en los intentos de hacer que las empresas operen de manera más efectiva" (Investopedia, 2022). Esta identificación brinda la oportunidad de explorar una serie de otros elementos relacionados con las operaciones comerciales y, lo que es más importante, con la industria de la hospitalidad, ya que esta última enfrenta algunos problemas serios

en relación con el comportamiento organizacional, lo que conduce a problemas serios, tales como la productividad, y la ansiada satisfacción del cliente.

Adicionalmente todo lo anterior, también se considera de primordial importancia identificar el concepto de Comportamientos Proambientales (PEB), y cómo este concepto puede contribuir a la comprensión de su impacto en la Industria Hotelera. Se han desarrollado varios enfoques para identificar el concepto, proporcionando una amplia gama de pensamiento crítico. Sin embargo, uno de los más creíbles fue desarrollado por Graves et al. (2013, p. 81) ya que el PEB definió como “un amplio conjunto de actividades ambientalmente responsables, tales como aprender más sobre el medio ambiente, desarrollar y aplicar ideas para reducir el impacto ambiental de la empresa, desarrollar procesos y productos ecológicos, reciclar y reutilizar, y cuestionando las prácticas que dañan el medio ambiente”.

Además de todo lo mencionado anteriormente, PEB puede potencialmente:

- Alinear la Organización con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que reflejarán toda la dirección, especialmente cuando ésta se relaciona con el establecimiento de la Estrategia y constituye una dimensión fundamental;

- Mejorar sustancialmente los resultados positivos esperados del desempeño organizacional general de las organizaciones y establecer más transiciones sostenibles hacia una producción baja en carbono. Esto último puede verse como una protección del medio ambiente, así como la capacidad de las organizaciones para garantizar una política sostenible de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) (Mouro & Duarte, 2021).

Todas las identificaciones y argumentaciones antes mencionadas pueden ayudar a las organizaciones a volverse más extrovertidas y, por lo tanto, a identificar los beneficios a largo plazo que el PEB puede tener en aspectos ambientales tanto internos como externos. Esto puede

proporcionar más incentivos tanto para los líderes/gerentes de las organizaciones como para los empleados, lo que genera beneficios evidentes que pueden contribuir a un desarrollo sostenible.

En los últimos años, los países en desarrollo han aprovechado al máximo este tipo de medidas para lograr varios objetivos como:

- Proteger su entorno ya que se sienten vulnerables a las condiciones ambientales generales que existen en el trabajo y generan un impacto negativo en estos países, que está lejos de ser proporcional con respecto a lo que realmente están produciendo en términos de emisiones. Esto es más evidente en áreas altamente sensibles en las que la protección es importante.
- Proteger las empresas del país, especialmente las pequeñas, ya que están expuestas a los desafíos internos y externos del PEB, lo que pone en riesgo evidente su supervivencia general. Esto puede ser visible en las pequeñas empresas que operan en áreas remotas y/o desfavorecidas, lo que genera serias preocupaciones sobre su desarrollo sostenible.
- Crear sinergias entre los sectores Público y Privado que puedan sumar al valor existente en el HI. Los miembros del personal pueden beneficiarse del enfoque estratégico en Asociaciones Públicas y Privadas (APP), y pueden potencialmente aumentar su conciencia sobre el PEB, la protección del entorno externo y, por supuesto, el desarrollo de su entorno interno.
- Capacitar al recurso humano de HI en áreas como la protección ambiental a través de las operaciones de su negocio. La capacitación en áreas como la necesidad de Reciclaje ha dado resultados positivos, especialmente en ciudades pequeñas que dependen de atraer turismo, por lo que su desarrollo sostenible es un requisito importante. En

ciudades tan pequeñas, la participación de la mayoría de la población crea nuevas oportunidades y ayuda a las empresas locales a desarrollar sus actividades de PEB, tanto interna como externamente.

Tales actividades de reciclaje de PEB pueden tener importantes beneficios tales como:

i. Reduce los desechos enviados a vertederos e incineradores: la Comisión Europea (2019) presta una atención excepcional en esta dirección para identificar el problema y crear conciencia, por lo tanto, activa una PEB mejorada por parte de los empleados en HI al afirmar que "Es probable que los costos de eliminación de desechos aumenten". aumentará constantemente en el futuro debido a la disminución del espacio en los vertederos y al aumento de los costos de recolección y eliminación. La mala gestión de los residuos tiene implicaciones para la higiene y la salud, la calidad ambiental, los recursos y la sostenibilidad económica. Una multitud de regulaciones se refieren a la gestión y el manejo de residuos, incluidas las normas de residuos locales, nacionales y europeas, las normas de salud y seguridad en relación con el manejo de residuos, las normas de ruido en relación con las operaciones de compactación y recolección". Dichos informes e identificaciones de los organismos oficiales de la UE no pueden subestimarse, ya que brindan indicaciones claras sobre el impacto negativo del turismo y, lo que es más importante, cómo se pueden enfrentar todas estas consecuencias negativas como resultado de un enfoque estratégico. Es un hecho obvio que el papel de PEB en nombre de los empleados de HI puede contribuir en esta dirección, llamando a los sectores público y privado (asociaciones públicas y privadas - PPP) a desarrollar acciones que contribuirán sustancialmente a la protección del medio ambiente. Estas acciones extrovertidas e innovadoras de PPP se han establecido durante mucho tiempo en el HI en varias partes del mundo, como en Asia con la asistencia de la Cooperación Económica de Asia Pacífico (APEC, 2002) que ha llevado al establecimiento de sus famosas 5 Ps y condujo gradualmente a la protección y el desarrollo sostenibles del medio ambiente:

1. Política y Planificación
2. Modelado predictivo
3. Monitoreo del desempeño
4. Mejora del rendimiento
5. Informes de rendimiento

ii. Prevención de la contaminación: el nivel de contaminación como resultado de la actividad turística en todo el mundo se ha desarrollado dramáticamente durante las últimas décadas, ya que tanto las naciones como las empresas individuales dentro del sector más amplio del turismo no han logrado abordar el problema de manera efectiva y, por lo tanto, , proporcionar las mejores soluciones posibles. Esto ha aumentado a lo largo de las décadas, a pesar de los esfuerzos continuos de los científicos de todo el mundo que han pedido que se tomen medidas inmediatas y efectivas que (i) protejan el medio ambiente y (ii) aseguren el desarrollo sostenible de la industria, especialmente en áreas ambientalmente sensibles. que requieren protección inmediata. Cuestiones como el desperdicio de basura, el uso excesivo de alimentos a pesar de que no son necesarios, las emisiones que producen los medios de transporte de la industria (aviones, cruceros, autobuses, etc.) son solo algunos de los elementos relacionados con la industria y la contaminación en general. Más específicamente, el turismo es responsable de aproximadamente el 8% de las emisiones de carbono del mundo, lo que exige tomar medidas inmediatas (STI, 2020). A pesar de que este es un tema más amplio relacionado con el desarrollo de la Estrategia tanto a nivel nacional como internacional, el papel de los empleados dentro del marco de PEB puede considerarse de vital importancia ya que a través de sus acciones pueden:

- Informar al turista del impacto negativo de sus acciones y ayudarlo a comprender que la protección del medio ambiente en los lugares que visita no solo es beneficioso para las áreas específicas, sino que puede generar un beneficio acumulado, afectando sus propias

áreas de vida;

- Desarrollar acciones junto con las empresas para aumentar la conciencia, especialmente entre las generaciones más jóvenes que son más propensas a participar en este tipo de acciones. Estas acciones del PEB pueden considerarse fundamentales debido al impacto positivo a largo plazo.

iii. Conservación de los recursos naturales: la necesidad de conservación de los recursos naturales está experimentando un crecimiento masivo debido a los rápidos cambios ambientales en todo el mundo que requieren atención especializada, y los científicos deben prestar una atención excepcional en esta dirección. Además, varias organizaciones como la de National Geographic (2022) plantean la importancia de preservar los recursos naturales y afirman que “La conservación es el cuidado y protección de estos recursos para que puedan persistir para las generaciones futuras. Incluye el mantenimiento de la diversidad de especies, genes y ecosistemas, así como funciones del medio ambiente, como el ciclo de nutrientes”. La pregunta que se plantea con relación al turismo y al PEB, es en qué medida el recurso humano está formado y preparado para viabilizar la creación de actividades relacionadas con el tema de la subexploración. El recurso humano de la industria del turismo puede desarrollar acciones de PEB y puede ayudar en áreas rurales y otras áreas desfavorecidas relacionadas para superar problemas como el "turismo basura" que amenaza varias áreas en todo el mundo, con algunas de las ciudades más emblemáticas (como Venecia, Amsterdam , y Barcelona) para hacer frente a tan graves problemas. Por lo tanto, el recurso humano, a través de su interacción diaria con los turistas, puede ayudar a estos últimos a ser más educados y crear un desarrollo más sostenible. El ecoturismo ha sido impactado negativamente por el extenso desarrollo del “turismo basura” con el recurso humano para sumar a la Conservación de los Recursos naturales a través de PEB específicos. Estos incluyen la distribución de materiales escritos desarrollados por las autoridades nacionales y regionales, y explican el impacto del “turismo basura”. Además, varios investigadores

han identificado que el PEB en el ecoturismo es importante en la gestión de conflictos en el ecoturismo y la degradación del medio ambiente en las áreas de ecoturismo se ve fuertemente afectada por los comportamientos despectivos de los visitantes.

IV. Ahorro de Energía – El concepto de Ahorro de Energía se define como “ahorro de energía significa una cantidad de energía ahorrada determinada al medir y/o estimar el consumo antes y después de la implementación de una medida de mejora de la eficiencia energética, mientras se asegura la normalización de las condiciones externas que afectan el consumo de energía”. El recurso humano de la industria turística puede impactar positivamente este intento a través del PEB que puede basarse en acciones estratégicas específicas como:

- Desarrollar un Programa de Gestión de la Energía - esto puede proporcionar instrucciones específicas que se pueden aplicar en varias acciones, como el uso de unidades de aire acondicionado. Esto es importante, especialmente durante el período de verano en el que el uso de energía alcanza sus puntos máximos. Por ello, el PEB por parte de los empleados de la hostelería es vital;
- Desarrollar sensores y controles - el recurso humano, especialmente aquellos que trabajan en los departamentos de mecánica, ingeniería y mantenimiento, pueden brindar sugerencias sobre soluciones prácticas que contribuirán al ahorro de energía, con el papel de la tecnología, como sensores y controles para ser un acción práctica PEB;
- Sistemas de energía renovable - al igual que la actividad PEB anterior, la implementación de sistemas de energía renovable puede contribuir a la protección ambiental, especialmente en áreas turísticas altamente sensibles. Los departamentos de mantenimiento, especialmente en las grandes empresas, pueden contribuir a esto explicando a las gerencias los beneficios a largo plazo;

- Tanques de agua caliente y Calderas de Alta Eficiencia – Si bien estas dos acciones están separadas, a nivel práctico se pueden unir. Los recursos humanos de HI pueden aplicar tales soluciones en su programa estratégico. Requerir un presupuesto relacionado con estos dos aspectos puede tener varios beneficios. En primer lugar, el negocio ahorrará mucho dinero a largo plazo y, en segundo lugar, los turistas pueden ser más conscientes. Estas actividades de PEB son realmente importantes y, dado el problema de la escasez de agua, la necesidad de centrarse en el ahorro de agua es mayor que nunca.

v. Creación de empleo - La creación de empleo sigue siendo un desafío importante para el sector del turismo, así como para toda la economía. Uno de los principales problemas actuales, a pesar de que las economías mundiales se ven afectadas por una alta inflación y altas tasas de desempleo, es la imposibilidad de encontrar recursos humanos calificados. Esto es claramente visible dentro de la industria del turismo que se ha visto muy afectada por las consecuencias negativas del brote de la pandemia de Covid-19, que ha puesto de manifiesto los problemas estructurales del HI. Esto requiere una planificación estratégica efectiva por parte de las autoridades nacionales para abordar el problema de manera efectiva. En materia de PEB y Creación de Empleo, tanto las empresas como los empleados están llamados a desarrollar acciones específicas y bien enfocadas que conduzcan a atraer el número adecuado de mano de obra calificada para equipar la HI. Algunas de estas acciones se refieren a:

- El desarrollo del ecoturismo, que tiene la capacidad no solo de crear puestos de trabajo en HI, sino, lo que es más importante, de permitir a los empleados diversificar sus habilidades existentes y, en consecuencia, volverse más productivos. El ecoturismo se ha desarrollado rápidamente en todo el mundo, lo que ha permitido la creación de empleo para millones de personas. La parte más importante es que los nuevos trabajos de ecoturismo se asignan a

las comunidades locales, por lo tanto, hay una dirección clara de responsabilidad social corporativa (CSR) que debe ser planteada por HI. Los empleados de HI pueden educar a los jóvenes a través de actividades de PEB para atraerlos. Algunas de las áreas en las que se podrían desarrollar estas actividades son “recorridos de naturaleza, observación de flora y fauna, turismo cultural y patrimonial local, turismo de volcanes; turismo de pesca, turismo en bicicleta, turismo de observación de aves, turismo en kayak, senderismo, turismo de senderismo, turismo de aguas frías, caza; visitando parques, conducción escénica, turismo fotográfico, camping; viajes de experiencia en la playa, relajación, superación personal” (CBI, 2020).

Abordando críticamente el PEB y las definiciones antes mencionadas, así como todos los demás temas que se han desarrollado, como parte de las potencialidades de los empleados para convertirse en un actor importante en las actividades del PEB, se puede afirmar con seguridad que este concepto:

- Fomenta el desarrollo de un ambiente de aprendizaje dentro de las organizaciones para aumentar el conocimiento acumulado y, por lo tanto, brindar la oportunidad de una contribución sustancial en la organización. Es más probable que las organizaciones lean en HI se vuelvan más extrovertidas, desarrollen actividades más rentables y retengan a sus empleados por más tiempo que otras organizaciones. Se consideran Organizaciones de Aprendizaje aquellas organizaciones que utilizan un enfoque sistemático y estrategias para desarrollar una cultura interna que se enfocará en la adquisición de nuevos conocimientos, ya que estos conocimientos se consideran uno de los aspectos más críticos que les ayudarán a desarrollarse de manera sostenible. . Las organizaciones de aprendizaje en HI han aumentado rápidamente y brindan la oportunidad a sus empleados de desarrollar sus habilidades y PEB, en función de sus propias habilidades y experiencia únicas, todo lo cual es fundamental para el éxito a largo plazo. Leaning Organisations en HI puede a través de PEB tener beneficios específicos tales como:
 - Empleados más preparados y productivos: cuando los empleados

de HI participan activamente en las actividades de PEB, es más probable que produzcan mejores resultados y creen un entorno positivo que podrá atraer a empleados más calificados, así como involucrar a los turistas en las actividades de PEB, que es considerado como un elemento esencial;

- Identificación de nuevas oportunidades: es más probable que las organizaciones de aprendizaje, a través de la planificación estratégica de PEB, identifiquen nuevas oportunidades y creen el entorno adecuado para la innovación, la creatividad y, por lo tanto, el desarrollo sostenible. Este compromiso de los empleados conduce a beneficios en áreas remotas y/o desfavorecidas;
 - Desarrollo de liderazgo: se ha descubierto que las organizaciones de aprendizaje que aplican PEB como parte de sus programas de SHRM son más flexibles en el desarrollo de nuevos líderes. Dichos programas brindan la capacidad para que todo el HI se vuelva más extrovertido y permite que su activo humano participe más activamente y desarrolle habilidades críticas de liderazgo.
- Plantea la necesidad de que los gerentes establezcan un ambiente positivo que potencie tales actividades, a través de la creación de un plan estratégico que tendrá en cuenta todas las consideraciones de los empleados. Las actividades de PEB requieren que los gerentes desarrollen habilidades de liderazgo específicas que les ayuden a despertar el interés de los empleados y ayudarlos a comprender que su participación en el HI puede tener mayores beneficios para toda la sociedad. Algunas de las habilidades de Liderazgo que los empleados de HI pueden aplicar durante las actividades del PEB y ayudar a otros a participar en sus acciones son:
 - Construcción de relaciones entre los empleados y la organización; entre los empleados y los turistas, y lo más importante, para conectar todo lo anterior con las sociedades locales;
 - Agilidad y adaptabilidad, ya que ambos elementos permiten que los empleados de HI sean más flexibles en su PEB, adaptándose a las necesidades y requisitos únicos de cada grupo;
 - Innovación y Creatividad, ya que los empleados de HI pueden ser llamados a desarrollar acciones que se consideren fuera de la caja. La innovación es un factor crítico tanto para HI como para el concepto de liderazgo;

- Motivación para mejorar la eficiencia y la eficacia. El HI se caracteriza por tales requisitos en las actividades del PEB, ya que estos están relacionados con la disponibilidad de recursos y su asignación y uso eficientes;
 - Toma de decisiones en casos donde el HI necesite tomar decisiones críticas. Las actividades de PEB en HI se basan en hechos, por lo tanto, los empleados pueden aplicar tales habilidades a través de su desarrollo de liderazgo.
- Sensibilizar a la organización sobre la necesidad de desarrollar actividades de autoevaluación y autodesarrollo, vitales para el desarrollo efectivo tanto a nivel personal como organizacional. La autoevaluación se evalúa como una herramienta importante utilizada por un número cada vez mayor de organizaciones de HI en todo el mundo y permite a los empleados evaluar su desempeño en función de criterios específicos. Esto puede ayudarlos a mejorar, ya que la autoevaluación generalmente se usa solo por razones personales. Por lo tanto, esto puede ser utilizado en las actividades del PEB, tanto por razones internas como externas.

El Comportamiento Organizacional y el PEB dentro del HI altamente sensible, se basan en bloques de construcción específicos que deben desarrollarse dentro de la organización para garantizar que el desarrollo organizacional se base realmente en una estructura científica en lugar de solo un enfoque empírico, a pesar de que el último se considera de importancia crítica para el desarrollo saludable de HI. Se espera que esto conduzca a un resultado positivo y cree un sentido de inclusión laboral para todos los recursos humanos, por lo tanto, aumente la capacidad general de la organización para hacer crecer su capital humano, tanto en números (Cantidad) como en habilidades y conocimientos acumulados (Calidad). . Por lo tanto, ambos deben coexistir en las actividades de HI PEB. Estos bloques de construcción son:

- Personas – El recurso humano, y en consecuencia, el capital humano constituyen un factor insustituible que debe estar en el centro de toda actividad organizativa empresarial. Esto tiene una importancia cada vez mayor dentro de la industria de la

hospitalidad, ya que las personas que trabajan en ella entran en contacto con huéspedes de diferentes orígenes, por lo tanto, esto hace que su papel sea vital;

- Estructura - La estructura de todas las organizaciones es un elemento clave para el establecimiento de resultados positivos. Además, una estructura clarificada permite que el recurso humano identifique los desafíos en términos de Comportamiento Organizacional, así como para el Comportamiento Proambiental. Dado que esto último se puede relacionar tanto con los ambientes operativos internos, como con el impacto en el ambiente físico que tiene la Industria Hotelera, se evalúa a la Estructura como un elemento que puede incrementar la productividad así como la sensibilidad ambiental;
- Tecnología de la información - el rápido desarrollo de la tecnología de la información en todos los sectores de la actividad económica brinda la oportunidad a las organizaciones de obtener datos de licitación, analizarlos y, por lo tanto, crear una base de datos extensa que puede usarse tanto por razones internas como externas. La base de datos en la Industria de la Hospitalidad puede ayudar a las organizaciones a identificar los principales desafíos y tendencias en términos de Comportamiento Organizacional y, por lo tanto, informar e influir en el recurso humano en relación con los comportamientos Pro-ambientales. Un número cada vez mayor de empresas dentro de la industria de la hospitalidad han dirigido sus estrategias hacia una dirección específica, especialmente porque las fluctuaciones económicas consecutivas han creado nuevas realidades en la industria;
- Medio ambiente - el concepto de medio ambiente dentro de la industria hotelera se considera complejo y se han desarrollado varios enfoques durante las últimas décadas, tanto en la investigación académica como en el enfoque profesional, ya que afectan la calidad general (Goetsch & Davis, 2016) . El primer

enfoque está relacionado con el comportamiento organizacional interno y el ambiente de negocios interno el cual está dirigido principalmente al concepto de Marketing, ya que el Entorno Físico constituye un elemento integral del enfoque de Marketing Mix en el cual interactúan el cliente y el recurso humano, por lo tanto, el Medio Organizacional El comportamiento puede influir en la experiencia del cliente. Sin embargo, en la Industria Hotelera, el concepto de Medio Ambiente está tomando una importancia diferente, ya que la interacción se da en varios entornos, como el natural. Todo esto crea la necesidad de ver el Medio Ambiente desde un punto de vista totalmente diferente, especialmente porque las formas alternativas de turismo pueden agregar a la Propuesta de Valor general, con los Comportamientos Proambientales considerados una prioridad para toda la Industria Hotelera.

El examen de los cuatro bloques principales de Comportamiento Organizacional y PEB conduce a conclusiones específicas que la industria de la hospitalidad debe tener en cuenta seriamente para lograr influir de manera efectiva en el activo humano hacia la mejora en relación con los sujetos bajo examen.

Por tanto, estas conclusiones se refieren principalmente a:

- La necesidad de invertir en el capital humano para convertirse en un actor principal de este proceso. Esto solo se puede lograr a través de un enfoque estratégico claro que influirá en los comportamientos proambientales;
- Como resultado de lo anterior, las Estructuras dentro de la Industria Hotelera deben simplificarse, ya que existe el riesgo de ser percibido como burocrático y, por lo tanto, convertirse en un factor negativo (Nurdaulet, 2022);
- Se debe prestar especial atención a la inversión relacionada con las Tecnologías de la Información, ya que estas últimas pueden brindar

enormes oportunidades tanto a las organizaciones como a sus empleados. También puede contribuir a la difusión del conocimiento sobre los Comportamientos Proambientales.

Algunos de los desafíos que afectan al PEB en el Personal de la HI, y que potencialmente pueden perjudicar a toda la organización, y por ende, a su capacidad de desarrollarse con base en principios éticos y legales, se refieren a los siguientes:

- **Construcción de Relaciones** – Las relaciones internas entre la Gerencia y los departamentos han estado enfrentando serios problemas que llevaron a bajas tasas de retención, especialmente en las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES). Dado el impacto estratégico de las PYME en la economía mundial y, por supuesto, dentro de las economías de la UE y el Reino Unido, en las que las PYME representan hasta el 67 % de la contribución total al Producto Interior Bruto (PIB), su papel como PEB es experimentando un crecimiento masivo, ya que pueden ayudar a reducir el impacto ambiental negativo y ayudar a lograr un futuro más sostenible (GOV. UK. 2022). Además, esto tuvo un impacto negativo en las relaciones entre los gerentes de departamento y la gerencia; jefes de departamento y subordinados en sus departamentos, y lo peor de todo, ambiente tóxico y relaciones entre los empleados de un mismo departamento;
- **Motivar a los empleados** - La motivación de los empleados ha experimentado un crecimiento masivo durante las últimas décadas tanto a nivel académico como profesional, lo que se suma a la importancia de la gestión de recursos humanos en las empresas y sociedades contemporáneas. Ahora se espera que RH participe no solo en las operaciones convencionales de sus organizaciones, sino también en varias otras, siendo la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) parte integral de este procedimiento. El PEB puede ser considerado como un elemento mayor de la RSE con la participación de los empleados a ser evaluado como de primera

importancia para las sociedades contemporáneas. En los últimos años, varios países (incluida la República de Chipre - RoC) han prestado una atención excepcional al concepto de motivación de los empleados para participar en PEB en HI. La Autoridad de Desarrollo de Recursos Humanos de Chipre (HRDA) se da cuenta de la importancia de tales acciones de PEB en HI y, en plena cooperación con el Viceministerio de Turismo, ha desarrollado esquemas que se enfocan tanto en pequeñas como en grandes empresas para informar a sus empleados sobre la necesidad de PEB a través de acciones específicas que serán beneficiosas para ellos, sus sociedades locales y la industria en general.

Por lo tanto, todos los PEB anteriores están directamente relacionados con:

- La capacidad de las organizaciones para expandir sus operaciones y participar en una serie de actividades no convencionales que pueden tener un impacto positivo en la sociedad en general y establecer una imagen de marca mejorada que es esencial para garantizar el desarrollo sostenible, especialmente dado el nuevo realidades de los mercados globalizados;
- Asegurar que los empleados permanezcan motivados al participar en acciones que conducirán a un beneficio social más amplio. Los PEB están claramente asociados con teorías y prácticas de motivación, y en los últimos años han sido desarrollados por varias organizaciones en todo el mundo para contribuir a la protección del medio ambiente y al crecimiento organizacional (Starbucks, 2020);
- Garantizar mayores tasas de retención de empleados, ya que los empleados contemporáneos en todo el mundo son mucho más educados y sensibles a los problemas ambientales, tanto relacionados con el entorno organizacional físico como interno. Este llamado para ayudar a los empleados a participar

activamente en tales acciones extrovertidas;

- Comprender qué factores influyen en la motivación de los empleados y, por lo tanto, qué acciones de los empleados deben diseñarse como parte de las acciones estratégicas generales de HRM (SHRM) de la organización. Esto es esencial ya que las acciones de PEB deben estar bien diseñadas e implementadas para conducir a los mejores resultados posibles;
- Motivar a los empleados de PEB en industrias específicas como la del Turismo, ya que los empleados pueden transferir su conocimiento acumulado de su interacción con los turistas a sus sociedades locales, así como a sus familias. Esto puede conducir a la creación de un entorno sostenible, especialmente en áreas remotas o desfavorecidas;
- La colaboración con otras organizaciones fuera de su país para adquirir y compartir conocimientos y experiencia dentro de su campo de operaciones. Dado el papel y los proyectos de la UE, la colaboración entre los empleados de HI y las empresas de diferentes países solo puede considerarse como un beneficio importante que debe desarrollarse.

Construye un lugar de trabajo seguro psicológicamente - PEB en HI requiere que los empleados estén de buen humor para trabajar para rendir al máximo. Los empleados también pueden ayudar a sus colegas a través de la creación de proyectos de equipo para que se vuelvan activos y también involucren a otros en sus actividades. Construir un Lugar de Trabajo Seguro generará beneficios psicológicos que es necesario trasladar a los participantes en los proyectos que emprenden y tienen impacto en los demás.

El desarrollo de actividades de PEB en HI puede generar beneficios específicos tanto para la organización como para los turistas, y estos pueden ser los siguientes:

- Espíritu de equipo entre los empleados de HI y los participantes, ya que tales actividades de PEB requieren la participación efectiva de todas las personas. Esto es de mayor importancia cuando las actividades de PEB ocurren entre personas de diferentes culturas, lo que requiere que los empleados de HI tengan cuidado en el proceso de creación de equipos;
- La comprensión requiere una escucha efectiva; por lo tanto, es importante que los empleados de HI escuchen las opiniones de los demás, especialmente cuando se trata de equipos de diferentes culturas y orígenes. Los empleados de HI pueden contribuir al desarrollo de actividades PEB efectivas a través de sus habilidades de comprensión y escucha que atraerán la atención de los participantes;
- La inclusión de los participantes y del resto de miembros del equipo es fundamental en el PEB. Los empleados de HI no deben descuidar que los turistas que buscan formas alternativas de turismo quieren ser parte no solo de la experiencia, sino que, lo que es más importante, quieren ser parte del diseño de la experiencia, ya que pueden tener diferentes puntos de vista, por lo tanto, HI los empleados pueden impulsar esto;
- Comprender los diversos requisitos de los huéspedes que tienen diferentes antecedentes, ya que el PEB requiere comprender necesidades únicas. Capacitar a HI en tales temas de gestión puede ayudarlos a identificar diferencias en términos de:
 - ✓ Edad
 - ✓ Etnicidad
 - ✓ Idioma
 - ✓ Educación
 - ✓ Ingresos.

3. CONCLUSIONES

El examen de todos los elementos mencionados anteriormente en relación con PEB en nombre de los empleados de HI ha llevado a algunas conclusiones importantes que deben tenerse en cuenta para proporcionar una comprensión más profunda de cómo los empleados contemporáneos de HI pueden influir en otros para Proteger el medio ambiente. En consecuencia, las conclusiones se refieren a lo siguiente:

La contaminación ambiental es uno de los mayores problemas que enfrenta la humanidad, y su impacto negativo seguirá aumentando. Se han desarrollado varias políticas para abordar el problema; sin embargo, esto sigue sobre la mesa, lo que genera serias preocupaciones sobre la calidad de vida de las personas en todo el mundo, lo que exige que se apliquen medidas más estrictas a escala mundial.

Como resultado de la conclusión anterior, el turismo se considera una de las principales industrias que contribuyen a la contaminación ambiental y, en consecuencia, a la degradación ambiental. Esto no se limita a un área geográfica, es más bien un fenómeno global, por lo tanto, requiere que la industria turística mundial tome medidas drásticas al respecto.

El establecimiento de Sinergias como resultado de Asociaciones Públicas y Privadas (APP) puede conducir a resultados efectivos en términos de actividades de PEB en el HI. La colaboración entre los dos sectores puede considerarse como una herramienta importante y se espera que brinde a los empleados de HI muchos más incentivos para convertirse en parte integral de las actividades de PEB a largo plazo.

Las actividades de PEB no se limitan al papel de los empleados de HI, es más bien un tema de importancia nacional. Por lo tanto, se concluye que cualquier acción de PEB debe ser diseñada y desarrollada por las autoridades nacionales de los países. Esto dará la oportunidad a tales acciones de tener un mayor nivel de credibilidad, y esto es algo que se reflejará tanto en HI como en los turistas.

El papel de la UE es esencial para educar a los empleados de HI sobre el PEB en el sector turístico en general. El hecho de que los países de la UE se enfrenten a desafíos similares en relación con la degradación ambiental requiere que la UE, como organización masiva, proporcione el marco legal que permitirá a las empresas y empleados participar activamente en tales actividades de PEB.

PEB es un requisito importante para las organizaciones de HI contemporáneas, ya que tienen un gran papel que desempeñar en la protección del medio ambiente. Dado que la degradación ambiental constituye un problema global importante al que el turismo ha contribuido, la participación de las organizaciones de HI se considera un requisito importante que debe desarrollarse.

Los empleados del HI son una parte importante del PEB, ya que su experiencia acumulada y su capacidad para influir en los demás, especialmente en los turistas, pueden considerarse un activo valioso que es necesario explotar. Esto requiere un enfoque holístico para garantizar que los empleados de HI tengan un papel activo en tales actividades extrovertidas, que deben ser a largo plazo.

Los empleados de HI necesitan estar motivados si quieren ser una parte integral de estas poderosas actividades de PEB. Estas motivaciones pueden ser tanto financieras como no financieras, ya que ambas son importantes. Por lo tanto, es importante que las empresas de HI se aseguren de que sus empleados reciban tales motivaciones a través de esquemas específicos.

La colaboración entre las empresas de HI y los empleados de diferentes países de la UE puede convertirse en un gran incentivo para los empleados, ya que podrán compartir su experiencia acumulada y, por tanto, transferirla a su propio entorno de trabajo. Esto puede aumentar el valor general de los servicios prestados en las actividades de HI y PEB.

Crear un entorno seguro es un requisito importante para que los empleados de HI participen en las actividades de PEB. Los entornos de

trabajo seguros aumentan la confianza de los empleados y, por lo tanto, esto puede conducir a mejores resultados de rendimiento, siendo los invitados los destinatarios finales. Por lo tanto, las empresas deben ofrecer este entorno a través de una serie de acciones.

Educar a los turistas debe estar en el centro de cualquier acción de PEB, ya que pueden conducir a la creación de una mejor comprensión y, por lo tanto, transferir esta comprensión a otros en sus países. El hecho de que personas de todo el mundo viajen ahora más que nunca, puede ser visto como una oportunidad única por parte de HI para educar a todas estas personas sobre la necesidad de proteger el medio ambiente a través de su participación en las actividades de PEB.

FUENTES

- Agrotourism (2019). Agrotourism: Discover Real Cyprus <https://www.agrotourism.com.cy> (Ret: 23/04/2019)
- American College (2019). <http://www.ac.ac.cy> (Ret: 22/04/2019)
- Asia Pacific Economic Cooperation (2002). Public / Private Partnerships for Sustainable Tourism: Delivering a Sustainability Strategy for Tourism Destinations. <https://bit.ly/3fkRjBe>
- Barney, J. and Clark, D. (2007). Resource-based Theory. Creating and Sustaining Competitive Advantage. Oxford. Oxford University Press.
- Baum, T. (1994). The development and implementation of national tourism policies Tourism Management Volume 15, Issue 3, June 1994, Pages 185-192 [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(94\)90103-1](https://doi.org/10.1016/0261-5177(94)90103-1) (Ret: 23/04/2019)

- C.D.A. College (2019). <http://www.cdacollege.com/> (Ret: 22/04/2019)
- Castellani, V. & Sala, S. (2010). Sustainable performance index for tourism policy development
Tourism Management 31 (2010) 871–880
doi:10.1016/j.tourman.2009.10.001
- CBI (2020). The European market potential for nature and ecotourism.
<https://bit.ly/3sJkEs7>
- City of Sheboygan (2022). Five Benefits of Recycling.
<https://sheboygandpw.com/news-updates/five-benefits-of-recycling-2020-01-14>
- College of Tourism and Hotel Management (2019).
<https://www.cothm.ac.cy/> (Ret: 22/04/2019)
- Cooper, C. and Shepherd, R. (1997). The Relationship Between Tourism Education and the Tourism Industry: Implications for Tourism Education. Tourism Recreation Research 22(1): 34–47.
- Cyprus Chamber of Commerce and Industry (CCCI) (2019).
<http://www.ccci.org.cy/>
- Cyprus Institute of Management (2019). <https://cima.ac.cy/>
(Ret: 22/04/2019)
- Cyprus Private Health Direct (2019). Welcome to Medical Treatment & Tourism in Cyprus! <https://www.medicaltourism-cyprus.com/> (Ret: 24/04/2018)
- Cyprus Statistical Service (2019). Arrivals in the Republic of Cyprus (2001 – 2018)
http://www.mof.gov.cy/mof/cystat/statistics.nsf/services_71main_en/services_71main_en?OpenForm&sub=1&sel=1 (Ret: 22/04/2019)

- Cyprus Sustainable Tourism Initiative (CSTI) (2019). <http://csti-cyprus.org/> (Ret: 22/04/2019)
- de Sherpinin, A., Carr, D., Cassels, S., & Jiang, L. (2009). Population and Environment Annu Rev Environ Resour. 2007; 32: 345–373. doi: 10.1146/annurev.energy.32.041306.100243
- Deputy Ministry of Tourism (2022). Responsibilities <https://www.tourism.gov.cy>
- Duro, J.A. (2018). Seasonality of tourism: A new decomposition Tourism Economics Vol 24, Issue 5, <https://doi.org/10.1177/1354816618768319> (Ret: 24/04/2019)
- European Commission (2019). Best Environmental Management Practice in THE TOURISM SECTOR. <https://ec.europa.eu/environment/emas/takeagreenstep/pdf/BEMP-6.2-FINAL.pdf>
- European Commission (2019). Environment: Natura 2000 http://ec.europa.eu/environment/index_en.htm (Ret: 23/04/2019)
- European University Cyprus (2019). <https://www.uclancyprus.ac.cy> (Ret: 22/04/2019)
- Goetsch, D.L. & Davis, S.B. (2016). Quality Management for Organisational Excellence (8th ed.) Pearson
- Gojkovic, M. (2017). The 64 Blue flag beaches in Cyprus. Cyprus Beat <https://www.cyprusbeat.com/64-blue-flag-beaches-cyprus/> (Ret: 24/04/2019)
- GOV.UK (2021). Small and Medium-sized Enterprises (SMEs): understanding and promoting pro-environmental behaviour change. <https://bit.ly/3zqUkH1>

- Graves, L. M., Sarkis, J. & Zhu, Q. (2013). How transformational leadership and employee motivation combine to predict employee proenvironmental behaviors in China. *Journal of Environmental Psychology*, 35, 81-91.
<https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2013.05.002>
- Gupta, D. (2022). What Is a Learning Organization? +Benefits, Core Principles. <https://bit.ly/3WmbKhy>
- Hall, C.M. (1999). Rethinking collaboration and partnership: a public policy perspective. *Journal of Sustainable Tourism Review*, 7(3-4): 274-289.
- Human Resource Development Authority (2019). <http://www.hrdauth.org.cy/> (Ret: 23/04/2019)
- Human Resource Development Authority (2022). Welcome! <https://www.anad.org.cy>
- IMF (2020). Tourism-dependent economies are among those harmed the most by the pandemic. <https://bit.ly/3W6DYgu>
- Intercollege (2019). <https://www.intercollege.ac.cy> (22/04/2019)
- International Institute for Sustainable Development (2017). Sustainable Development <https://www.iisd.org/Topic/Sustainable-Development> (Ret: 22/04/2019)
- Investopedia (2022). What Is Organizational Behavior (OB)? <https://www.investopedia.com/terms/o/organizational-behavior.asp>
- KES College (2019). <https://www.kescollege.ac.cy> (22/04/2019)
- Law Insider (2022). Energy Saving Definition.

<https://www.lawinsider.com/dictionary/energy-saving>

- Loizou, A. (2017). CHALLENGES AND OPPORTUNITIES OF SUSTAINABLE TOURISM CONFERENCE ON SUSTAINABLE TOURISM - MALTA 8TH OF MAY 2017 http://ec.europa.eu/environment/emas/pdf/STC/2.%20Angelos%20Loizou%20presentation%20CTO_HL%20Conference_080517.pdf (Ret: 23/04/2019)
- McDonald, M. (2007). Marketing Plans, How to Prepare Them, How to Use Them Oxford UK: ELSEVIER
- Med Events (2019). Medical Conferences in Cyprus <https://www.emedevents.com/cyprus-medical-conferences> (Ret: 24/04/2019)
- MIEEK (2019) Upper Secondary Institutes of Professional Training <http://www.mieek.ac.cy/index.php/el/> (Ret: 22/04/2019)
- Ministry of Education and Culture (2019) <http://www.moec.gov.cy/mtee/> (Ret: 22/04/2019)
- Ministry of Energy, Commerce, and Industry (2019). <http://www.mcit.gov.cy/> (Ret: 23/04/2019)
- Ministry of Labour, Welfare, and Social Insurance (2019). <http://www.mlsi.gov.cy> (Ret: 23/04/2019)
- Moscardo, G. (2015). The Importance of Education for Sustainability in Tourism Education for Sustainability in Tourism: A Handbook of Processes, Resources, and Strategies (pp.1-21) DOI: 10.1007/978-3-662-47470-9_1
- Mouro, C. & Duarte, A.P. (2021) Organisational Climate and Pro-environmental Behaviours at Work: The Mediating Role of

Personal Norms. Front. Psychol. 12:635739.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.635739>

- National Geographic (2022). Conservation.
<https://education.nationalgeographic.org/resource/conservation>
- Nurdaulet, S. (2022). What purpose do hierarchies serve in the hospitality industry? Hospitality Net.
<https://www.hospitalitynet.org/explainer/4111970.html>
- Reis, L. (2022). 5 Main Organizational Behavior Challenges in the Tourism Industry. <https://bit.ly/3W2bPac>
- Robeco Sam (2018). Corporate Sustainability
<https://www.sustainability-indices.com/sustainability-assessment/corporate-sustainability.html> (Ret: 22/04/2019)
- Simpson, K. (2001). Strategic planning and community involvement as contributors to sustainable tourism development. Current Issues in Tourism, 4 (1), 3-41.
- Singh, T. V., & Singh, S. (Eds.). (1999). Tourism Development in Critical Environments. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Soteriou, E.C. & Roberts, C. (1998). The Strategic Planning Process in National Tourism Organizations Journal of Travel Research Vol 37, Issue 1, 1998
<https://doi.org/10.1177/004728759803700103> (Ret: 23/09/2019)
- Starbucks (2020). GLOBAL ENVIRONMENTAL & SOCIAL IMPACT REPORT.
<https://stories.starbucks.com/uploads/2021/04/Starbucks-2020-Global-Environmental-and-Social-Impact-Report.pdf>

- Statista (2018). Global international tourism revenue from 2000 to 2017 (in billion U.S. dollars) <https://www.statista.com/statistics/273123/total-international-tourism-receipts/> (Ret: 22/04/2019)
- Sustainable Tourism (2022). Top 12 Ways to Save Energy in your Tourism Business. <https://www.sustainabletourism2030.com/top-12-ways-to-save-energy-in-your-tourism-business/>
- Sustainable Travel International (2020). Tackle Waste & Pollution. <https://bit.ly/3sE2KHf>
- The Predictive Index (2021). People Management Report. <https://bit.ly/3t5LR8F>
- Timur, S., & Getz, D. (2008). A network perspective on managing stakeholders for sustainable urban tourism. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 20, No. 4, 445-461.
- Triarchi, E. & Karamanis, K. The evolution of alternative forms of Tourism: a theoretical background (2017). Business & Entrepreneurship Journal, vol. 6, no. 1, 2017, 39-59
- UCLAN Cyprus (2019). <https://www.uclancyprus.ac.cy>
- United Nations World Tourism Organisation (2020). Tourism and Covid-19 – Unprecedented Economic Impacts. <https://www.unwto.org/tourism-and-covid-19-unprecedented-economic-impacts>
- University of Nicosia (2019). <https://www.unic.ac.cy> (Ret: 22/04/2019)
- Williams, G. (2016). Economic impacts from development of the

ACERCA DE

Rivensco Consulting Ltd es una empresa innovadora que pretende consolidarse como un importante nexo entre el mundo académico y empresarial. Rivensco tiene oficinas en las principales ciudades de Chipre y brinda capacitación en diferentes áreas temáticas, como negocios, empresas sociales, tecnología de la información y hospitalidad. Con nuestra experiencia en proyectos de la UE, apoyamos a las empresas locales para que participen en proyectos de financiación europeos y nacionales, incluida la Cámara de Comercio local, colegios, universidades, ministerios, municipios y otras partes interesadas locales. La efectividad de nuestras operaciones requiere la cooperación con varias pequeñas empresas y partes interesadas locales, incluidos los medios locales. Prestamos especial atención al papel fundamental de las nuevas tecnologías y la ventaja competitiva que ofrecen. Nuestras operaciones diarias con varias empresas hacen que nuestra empresa sea ideal para la colocación laboral, ya que se encuentra en una posición privilegiada para brindar experiencia real en diferentes campos. El personal profesional altamente especializado incluye psicólogos, profesores/formadores y consultores de negocios que pueden brindar capacitación en diferentes campos. En 2014, Rivensco se unió a un Centro de Formación Profesional y Tecnológica en particular, con el fin de mejorar su capacidad de formación, ampliar su red y ofrecer más cursos. Rivensco Consulting ofrece cursos especializados para preparación de entrevistas, preparación de CV, mientras acostumbra a sus aprendices con pruebas de personalidad y diferentes pruebas nacionales. Esto le ha permitido a Rivensco enfocarse en la formación de jóvenes Emprendedores.

Los cursos incluyen ejemplos de la vida real que involucran a los participantes activamente y les hacen pensar de manera crítica y, por lo tanto, aprender a adaptarse a las circunstancias específicas del mundo

empresarial. Su objetivo es desarrollar un pensamiento innovador, dando énfasis a las ideas de negocios, la innovación y la creatividad. Hacemos hincapié en la importancia de las cualidades personales, como la sed de educación continua, el impulso y la motivación personal, las metas y la ambición sólidas, la visión clara y, siempre, mucha pasión en todo lo que haces. Rivensco Consulting representó el programa COSME de Erasmus para Jóvenes Emprendedores en Chipre, brindando información y apoyo financiero a Nuevos Emprendedores de Chipre que viajan a Emprendedores Anfitriones en otros países para adquirir habilidades gerenciales. Tenemos una sólida experiencia en proyectos de movilidad Erasmus KA1 en escuelas anfitrionas para la formación en Chipre y también participamos en proyectos de asociación estratégica KA 2 sobre módulos de formación y emprendimiento. Hemos recibido formadores e inspectores de Rumania en cursos de formación.

Finalmente, brindamos apoyo en proyectos de la UE a la Cámara de Comercio local, Municipios y otras partes interesadas locales. Rivensco Consulting está a cargo de capacitadores y consultores que brindan apoyo a las necesidades de capacitación de profesionales y solicitantes de empleo de un amplio espectro de campos. Brindamos seminarios de preparación a diferentes grupos objetivo para entrevistas profesionales, comunicación y habilidades interpersonales. Tenemos una sólida cooperación con las partes interesadas locales, los medios y las empresas digitales. Por lo tanto, estamos en una posición privilegiada para ofrecer prácticas para aprendices y tenemos una gran experiencia en diferentes programas de movilidad. Además, nuestra empresa ha gestionado el proyecto COSME de Erasmus para Jóvenes Emprendedores en 2015-17; sirviendo como punto focal en Chipre. A través de nuestra experiencia, logramos tener una cooperación sólida con todas las principales partes interesadas, como la cámara de comercio local, universidades, medios de comunicación locales y nacionales, municipios, comunidades locales y otros actores locales.

En los últimos años, Rivensco Consulting ha participado activamente en el desarrollo de jóvenes emprendedores, como el "Proyecto EIBI", que

se centró en proporcionar información importante sobre jóvenes emprendedores y otras personas, permitiéndoles aumentar tanto su empleabilidad como sus habilidades y capacidades gerenciales.



9. Cómo reducir el desperdicio de alimentos en los sistemas de hostelería

Nacionalna profesionalna gimnaziya
po veterinarna medicina
"Profesor Doktor Dimitar Dimov"

1. INTRODUCCIÓN

El desperdicio de alimentos ha sido un gran punto de discusión en organizaciones, asociaciones, noticias y canales de redes sociales en los últimos años. Dado que alrededor del 40% del total de alimentos producidos a nivel mundial se pierde o desperdicia, existe una necesidad urgente de identificar y comprender qué, dónde, por qué y cuánto desperdicio de alimentos se genera. En este documento, recopilamos y analizamos datos secundarios de diferentes recursos de literatura y artículos, así como describimos algunos datos empíricos primarios recopilados de nuestra experiencia en restaurantes.

El objetivo principal de este artículo es comunicar guías útiles que identifiquen diferentes propuestas y prácticas para reducir los niveles de desperdicio de alimentos.

Aumentar y mejorar la cuantificación de los niveles de desperdicio de alimentos es un objetivo internacional cuyo objetivo es ahorrar alimentos para el consumo humano, ahorrar dinero y reducir el impacto ambiental de la producción y el consumo de alimentos.

Desperdiciar alrededor de 2500 millones de toneladas de alimentos para el consumo humano se considera moral y éticamente incorrecto cuando un número récord de personas en todo el mundo se está acercando a la inanición. Según el último análisis de David Beasley, jefe del Programa Mundial de Alimentos de la ONU, "un récord de 345 millones de personas con hambre aguda están al borde de la inanición".

Los alimentos se pierden o desperdician a nivel minorista y de consumo y a lo largo de las cadenas de producción y suministro. Esto no solo desperdicia enormes cantidades de recursos naturales y artificiales empleados en la producción de este alimento, sino que también representa una oportunidad perdida para la seguridad alimentaria y la economía. En este documento, el objetivo es recopilar información sobre el desperdicio de alimentos en el sector de la hostelería (restaurantes, hoteles y catering) en todo el mundo y las formas en que los hoteles

abordan esta cuestión.

2. ¿QUÉ ES EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS?

El desperdicio de alimentos es un tema que se presenta a nivel mundial y requiere una profunda preocupación.

¿Qué es exactamente el desperdicio de alimentos? Según el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y la Alianza de Hospitalidad Sostenible

“La pérdida y el desperdicio de alimentos se refieren a la disminución de la masa (cuantitativa) o el valor nutricional (cualitativo) de los alimentos (partes comestibles) a lo largo de la cadena de valor, en las granjas, en los procesos de fabricación, en los procesos de cocción y cuando los consumidores los dejan en sus platos. Los alimentos que originalmente estaban destinados al consumo humano, pero que por diversas razones se eliminan de la cadena de suministro, se consideran pérdida o desperdicio de alimentos. La producción de alimentos necesita una gran cantidad de recursos (como tierra, agua y fertilizantes), y si no se consumen, todos esos recursos se desperdician.

El desperdicio de alimentos se refiere a los alimentos que completan la cadena de suministro de alimentos hasta un producto final, de buena calidad y apto para el consumo, pero que aún no se consumen porque se desechan, ya sea después de que se dejen estropear o caducar. El desperdicio de alimentos suele tener lugar en las etapas de venta al por menor y de consumo en la cadena de suministro de alimentos.

3. FICHA INFORMATIVA SOBRE EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS

- Se estima que 1/3 de todos los alimentos producidos se desperdicia cada año, lo que equivale a 1.300 millones de toneladas con un valor aproximado de \$1 billón;
- Según el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, “casi la mitad de todas las frutas y verduras producidas a nivel mundial se desperdician cada año”;
- Los países desarrollados desperdician 680 000 millones de dólares en alimentos al año;
- Se estima que hasta el 50% de los alimentos se pierden solo en la etapa de producción;
- En hostelería y catering, 1 de cada 6 comidas se desperdicia en el Reino Unido;
- El sector alimentario representa el 30 % del consumo total de energía mundial y el 22 % de las emisiones totales de gases de efecto invernadero, causadas durante la producción y descomposición de los alimentos;
- Todos los casi mil millones de personas hambrientas del mundo podrían alimentarse con menos de una cuarta parte de los alimentos que se desperdician en los EE. UU., el Reino Unido y Europa;
- Un área más grande que China se utiliza para cultivar alimentos que nunca se comen;
- El 25 % del suministro de agua dulce del mundo se utiliza para cultivar

alimentos que nunca se comen.

3.1. Efectos nocivos del desperdicio de alimentos

- El 10% de las emisiones de gases de efecto invernadero de los países ricos provienen del cultivo de alimentos que nunca se comen;
- El agua de riego utilizada a nivel mundial para cultivar alimentos que se desperdician sería suficiente para las necesidades domésticas (a 200 litros por persona por día) de 9 mil millones de personas, el número esperado en el planeta para 2050;
- Si plantáramos árboles en tierras que actualmente se utilizan para cultivar excedentes innecesarios y alimentos desperdiciados, esto compensaría un máximo teórico del 100 % de las emisiones de gases de efecto invernadero provenientes de la quema de combustibles fósiles;
- Todos los casi mil millones de personas que padecen hambre en el mundo podrían salir de la desnutrición con menos de una cuarta parte de los alimentos que se desperdician en los EE. UU., el Reino Unido y Europa.

4. EL DESPERDICIO ALIMENTARIO EUROPEO EN LA INDUSTRIA HOSPITALARIA

4.1. Europa

En Europa, se desperdicia un impactante 20% de los alimentos producidos, alrededor de 173 kg por persona. El sector de la hostelería y

los servicios de alimentación genera alrededor del 12 % del desperdicio alimentario de Europa.

El Reino Unido, los Países Bajos, Francia e Italia son algunos de los países con mayor desperdicio de alimentos.

El Departamento de Agricultura y Ciencias de la Alimentación (DISTAL) de la Universidad de Bolonia realizó el PROYECTO “REDUCIR”, según el cual de 534 g de comida preparada, 120 g se desperdician en el servicio de alimentación, principalmente en los comedores.

Según Wrap (Waste Reduction & Recycling Awards Program), la industria hotelera del Reino Unido genera anualmente dos millones de toneladas de residuos.

Algunos datos de la industria hotelera en el Reino Unido:

- **Hoteles** - producen 289 700 toneladas de residuos cada año, incluidas 79 000 toneladas de residuos alimentarios (9 % del total de residuos alimentarios del sector);
- **Pubs** - producen 873 800 toneladas de residuos cada año, incluidas 173 000 toneladas de residuos alimentarios (19 % del total de residuos alimentarios del sector);
- **Restaurantes** - producen 915 400 toneladas de residuos cada año, incluidas 199 100 toneladas de residuos de alimentos (22 % del total de residuos de alimentos del sector);
- **Aportes al desperdicio alimentario de otros sectores de la hostelería:** restaurantes de comida rápida (8,3 %), restauración del personal (2 %), ocio (7 %), servicios (3 %), sanidad (13 %) y educación (13 %).

La hostelería es la responsable de generar una enorme cantidad de residuos alimentarios. Algunas de las razones incluyen el deterioro de los alimentos, menús con una gran cantidad de ingredientes, ya que la mayoría de estos ingredientes utilizan enormes cantidades de energía y

agua para producir. En consecuencia, la industria de la hospitalidad es culpable de desperdiciar la energía utilizada desde el cultivo, la recolección, el transporte, el procesamiento, el empaque y la distribución se arroja a los vertederos.

4.2. Situación del desperdicio de alimentos en Bulgaria

Según el Informe del índice de desperdicio de alimentos del PNUMA de 2021, la cantidad anual de desperdicio de alimentos en los hogares búlgaros es de aproximadamente 68 kg por persona. Esto equivale a aproximadamente 500 000 toneladas de desperdicio de alimentos generados anualmente solo por los hogares búlgaros. Esto es casi el doble que la vecina Grecia. El desperdicio de alimentos causado por la industria alimentaria puntúa aún más alto.

Sin embargo, el problema continúa pasando por lagunas legales ya que el gobierno búlgaro actualmente no se enfoca en la regulación para rastrear y medir el desperdicio de alimentos. Pero el desperdicio de alimentos es un problema global. Un tercio de los alimentos consumidos en todo el mundo se desperdicia. Esto es más que suficiente para alimentar a todos los que se encuentran por debajo del umbral de la pobreza.

La sostenibilidad está entrando en la idea de proteger el medio ambiente, lo que impone el uso más eficiente de los recursos en el turismo y la hostelería. Así, muchas empresas están orientando sus estrategias hacia un desarrollo más verde, con mayor preocupación por el medio ambiente.

Según una investigación en Bulgaria, existen algunas lagunas en el comportamiento proambiental en la industria del turismo.

A través de un cuestionario en línea y entrevistas que se distribuyeron por correo electrónico a todas las empresas de turismo y hotelería, cuyos correos electrónicos se encontraron en los registros nacionales de establecimientos de alojamiento, puntos de venta de alimentos y bebidas, agencias de viajes y museos en Bulgaria, gerentes y empleados se les pidió que evaluaran el nivel de comportamiento y habilidades proambientales.

Los resultados muestran que la brecha más alta estaba en la capacidad de gestionar residuos, aguas residuales, reciclaje y compostaje.

Sin embargo, los gerentes de los puntos de venta de F&B informaron un nivel actual más alto de su capacidad para minimizar el uso y maximizar la eficiencia del consumo de energía y agua. De manera similar, los gerentes de F&B informaron un mayor nivel actual de conservación de la biodiversidad, probablemente porque F&B está directamente relacionado con el procesamiento de productos vegetales y animales.

El análisis muestra que los profesionales del turismo búlgaros aún no clasifican el comportamiento proambiental como particularmente esencial. Todos los encuestados reconocieron que la gestión y la protección del medio ambiente son importantes y deberían ser el foco del futuro desarrollo de habilidades, pero por ahora no son una prioridad y, por lo tanto, solo se brinda capacitación especializada limitada. Las empresas consideraron las habilidades relacionadas con el reciclaje, la reducción de desechos y el ahorro de agua, electricidad y otros recursos como las más importantes, probablemente debido a los impactos financieros directos de estos ahorros en los resultados de las empresas.

Aquí puedes ver las preguntas que se le hicieron a la gente:

- Capacidad para minimizar el uso y maximizar la eficiencia del consumo de energía y agua;
- Capacidad para gestionar residuos, aguas residuales, reciclaje y compostaje;

- Conservación de la biodiversidad;
- Promoción de formas sostenibles de transporte (por ejemplo, transporte público);
- Promoción de actividades y productos respetuosos con el medio ambiente;
- Conocimiento del cambio climático.

5. ¿DE DÓNDE VIENE EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS? ¿POR QUÉ DESPERDICIAMOS LA COMIDA?

El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente publicó un informe con una escala alarmante de desperdicio de alimentos a nivel mundial. Los desechos de alimentos se colocan en diferentes etapas de la cadena alimentaria, incluida la etapa de consumo.

A nivel del consumidor, el desperdicio se refiere al hogar y al sector de la hospitalidad, donde el desperdicio de alimentos se está convirtiendo en una preocupación clave.

Los residuos domésticos ascienden a 569 millones de toneladas. Los residuos de distribución surgen de cantidades significativas de alimentos desechados por los supermercados y otros negocios. El informe del PNUMA estima que la industria de servicios alimentarios desperdicia anualmente 244 millones de toneladas, mientras que el comercio minorista desecha 118 millones de toneladas.

6. EL DESAFÍO DEL DESPERDICIO DE ALIMENTOS EN EL TURISMO Y LA ALIMENTACIÓN

El turismo, como industria global de servicio de alimentos, está implicado en el consumo de alimentos y la generación de desechos. Los servicios de alimentación para el consumidor incluyen restaurantes, cadenas de comida rápida, cafés, cafeterías, cantinas y comedores, así como catering para eventos. Este sector emplea a más personas que cualquier otro negocio minorista, incluidos 14 millones en los EE. UU. y 8 millones en Europa (Euromonitor International) y sirve miles de millones de comidas cada año.

Los residuos de alimentos del sector de la hostelería y la restauración proceden de diversas fuentes. Estos materiales se convirtieron en un desperdicio debido a alimentos en mal estado o vencidos, peladuras y recortes, subproductos no comestibles (huesos, posos de café, hojas de té), errores de cocina y desperdicio de platos.

6.1. ¿Por qué desperdiciamos tanta comida en la hostelería?

Desafortunadamente, la industria de la hospitalidad es responsable de una gran cantidad de alimentos desperdiciados. Algunas razones detrás del desperdicio de alimentos en la industria hotelera:

- **Gestión deficiente de la cámara frigorífica**

La gestión inadecuada de las cámaras frigoríficas y la limpieza de las cámaras frigoríficas es una de las principales razones detrás del desperdicio de alimentos en la industria hotelera. Uno de los requisitos más importantes para el almacenamiento en frío es la correcta gestión de la temperatura. La mala gestión de las cámaras frigoríficas significa que

las bacterias, el moho y todo tipo de indeseables pueden crecer sobre o cerca de los alimentos, lo que hace que los alimentos se pudran.

- **Mala gestión del menú**

La mala planificación del menú es un punto crucial en el desperdicio de alimentos. Si un menú está mal planificado, se desperdicia mucha comida. Por ejemplo, si un restaurante ofrece una gran cantidad de platos a sus clientes, esto conduce a un exceso de cantidad de ingredientes que deben almacenarse. Además, la mayoría de estos ingredientes no se utilizan con frecuencia y, en consecuencia, se desperdician.

- **Medias sobrantes**

Esta razón está conectada con la anterior. Si los restaurantes almacenan cantidades innecesarias de comida solo para tener todas sus bases cubiertas, entonces esa comida eventualmente se desperdicia.

El tamaño de la porción es otro tema a considerar. Suele referirse a los buffets que se ofrecen a los comensales porque suelen ser los causantes de mucha comida desperdiciada.

The National informó sobre el problema del desperdicio de alimentos en Dubai, aceptando el problema de los hoteles y restaurantes que desperdician ingredientes en porciones exageradas. Las ofertas de estilo bufé pueden reutilizar y reciclar los alimentos que no se toman, pero muchos clientes "tienen la costumbre de apilar sus platos", dice el director ejecutivo del Banco de Alimentos de Egipto, Moez El Shohdi. Todo lo que no se come en el plato va a la basura.

Un debate en Dubái también argumentó que los hoteles y restaurantes aumentaron el desperdicio de alimentos al exhibir grandes cantidades de alimentos para los huéspedes al amontonar comida para cenas buffet y almuerzos y el exceso de existencias para eventos corporativos. Porque si los hoteles se quedan sin comida se reflejarán negativamente en ellos, el personal de servicio está bajo presión para proporcionar grandes

cantidades de comida.

7. ACCIONES CONTRA EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS

La producción, el procesamiento y la distribución de alimentos están inevitablemente conectados con nuestro medio ambiente: transformación de la tierra, biodiversidad, consumo de energía y emisiones de gases de efecto invernadero, uso de agua y pesticidas. Los alimentos comestibles también se desechan en todas las etapas de la cadena alimentaria: en granjas y barcos de pesca, durante el procesamiento y la distribución, en tiendas minoristas, en restaurantes y en el hogar. Al final de la cadena de valor de los alimentos, el consumo final representa hasta el 40 % de las pérdidas totales de alimentos. Reducir el desperdicio de alimentos se ha convertido así en un desafío multidimensional relacionado con evitar, reducir o reciclar los residuos.

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación organizó un Día Internacional de Concienciación sobre la Pérdida y el Desperdicio de Alimentos. Esta fue una buena oportunidad para enfatizar la importancia de reducir el desperdicio de alimentos como un desafío clave de sostenibilidad para la industria hotelera y de servicio de alimentos. El objetivo también era llamar a la acción tanto al público (autoridades nacionales o locales) como al sector privado (empresas e individuos), para emprender acciones y avanzar con la innovación para reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos hacia la restauración y reconstrucción mejor y resiliente. sistemas de alimentos preparados.

“STOP FOOD WASTE” fue el lema elegido para la 9ª Jornada Nacional de Prevención del Desperdicio Alimentario que se celebró el 05 de febrero de 2022.

El evento fue establecido en 2014 por la campaña de concienciación Zero Waste de Last Minute Market en colaboración con la Universidad de

Bolonia - Departamento de Ciencia y Tecnología Agroalimentaria y el Ministerio de Medio Ambiente.

El Día Nacional para la Prevención del Desperdicio Alimentario se creó con el objetivo de concienciar a ciudadanos y empresas sobre la importancia del desperdicio alimentario mediante la difusión de nuevos datos del Observatorio Internacional Waste Watcher, fundado por Last Minute Market.

La Semana Europea para la Reducción de Residuos (EWWR) es la mayor campaña de sensibilización sobre la prevención de residuos en Europa que anima a todos los europeos a llevar a cabo acciones sobre la gestión sostenible de residuos durante una sola semana. Los mensajes llevados a cabo por este evento son:

- REDUCING consumption – if people really need all the good, they buy;
- REUSING products and materials – people can substitute single-use items for reusable ones;
- RECYCLING waste – the better decision than landfilling;
- CLEAN-UPS – in order to avoid littering, the EWWR encourages people to prevent waste by clearing the areas where littering is impeding the well-functioning of natural and human habitats

7.1. Acciones contra el desperdicio de alimentos en Bulgaria

Zero Waste Bulgaria es una asociación que se estableció en 2018. El objetivo de esta organización es brindar protección al medio ambiente mediante la difusión de la filosofía de vivir sin residuos. Zero Waste

Bulgaria está formado por voluntarios que están decididos a familiarizar a los estudiantes con los principios de Zero Waste. La asociación realiza **diversos eventos e iniciativas, como seminarios, capacitaciones en empresas, talleres en escuelas y universidades.**

La startup búlgara “**foodObox**” es una aplicación con la misión de salvar los alimentos comestibles de la basura y ofrecerlos a un precio razonable. Este servicio está disponible en algunas grandes ciudades de Bulgaria y la aplicación está adaptada para usuarios de Android y Apple. Con FoodObox, las empresas pueden vender sus excedentes de alimentos y evitar el desperdicio, por lo que no desperdician todos los recursos que han invertido en la producción y preparación. Y con FoodObox, obtiene una imagen “más verde” y más verde sin incurrir en costos de marketing adicionales. Al mismo tiempo, ayuda al usuario final a reducir sus emisiones de CO2 de forma sostenible. FoodObox es una plataforma de mercado para B2B y B2C, que actúa como punto medio entre restaurantes y clientes. Las empresas elegibles que usan esta aplicación son principalmente restaurantes, panaderías. Todos los restaurantes que usan esta aplicación conocen pautas estrictas con respecto a lo que se puede y no se puede vender a través de la plataforma. No se aceptan artículos que hayan caducado, estén mohosos o sean perjudiciales para la salud. La mayoría de los restaurantes saben que vender comida de mala calidad o caducada puede tener un impacto negativo en su imagen pública. El año pasado, Bosch Bulgaria, como nuestro socio, donó alrededor de 100 kg de alimentos a una organización local para personas con discapacidades.

Hasta hace poco, resultaba paradójico que las empresas búlgaras tuvieran que pagar el 20 % de IVA sobre las donaciones de alimentos. En 2017, el IVA sobre las donaciones de alimentos se redujo a cero, pero lamentablemente solo se aplicaba al 0,5% de la facturación anual de la empresa. El nuevo gobierno ha anunciado que luchará para elevar este umbral, pero aún no lo sabemos.

Otro cambio reciente en Bulgaria es una ordenanza emitida por la Agencia de Seguridad Alimentaria de Bulgaria en 2021, según la cual

también se pueden donar alimentos caducados "mejor por" que son seguros para comer. Este es un **gran cambio de juego para las personas necesitadas** y una gran oportunidad para muchas empresas.

7.2. ¿Cómo los hoteles desafían el desperdicio de alimentos como un paso hacia la sostenibilidad? ¿Cómo responden las empresas de hostelería al problema mundial del desperdicio de alimentos?

Según Caitrin O'Brien, gerente sénior de sustentabilidad corporativa de Hilton, "la producción de alimentos es el mayor contribuyente a la deforestación global, la pérdida de biodiversidad y la extracción de agua. Y con un tercio de los alimentos desperdiciados a nivel mundial, eso significa que hemos desperdiciado una cantidad significativa de tierra y recursos".

Fundada en 2013, Winnow es uno de varios nuevos innovadores que buscan abordar el desperdicio de alimentos. La última tecnología de la compañía, Winnow Vision, utiliza cámaras e inteligencia artificial para evaluar los alimentos desechados, luego analiza y asigna un costo a los alimentos que se desperdiciaron, lo que permite a los chefs planificar mejor con anticipación. Winnow se implementa en alrededor de 1300 cocinas en todo el mundo, incluidas algunas de las cadenas hoteleras más famosas: propiedades Accor, InterContinental Hotels Group y Hilton. Para estas grandes organizaciones, el desperdicio de alimentos se ha convertido en un objetivo.

Entre los líderes de la industria que han tomado tal iniciativa se encuentra Marriott International, que se ha fijado el objetivo de reducir el desperdicio de alimentos en un 50 % para 2025. La empresa ha comenzado a implementar varios procedimientos para reducir el

desperdicio de alimentos. The Ritz-Carlton, Pentagon City es parte de la marca global Marriott ha rastreado el desperdicio de alimentos con la tecnología Leanpath, que permite ver el desperdicio y comprender dónde enfocar los esfuerzos para reducirlo. Según los datos de Leanpath, alrededor del 53 % del desperdicio de alimentos típico de una cocina de hostelería se genera a través de la sobreproducción. Otro programa que utilizan es crear asociaciones con organizaciones que pueden donar alimentos no consumidos a quienes los necesitan o convertir los restos de comida en alimento para animales.

Un póster interno de Marriott International describe el enfoque de la empresa para la gestión de desperdicios de alimentos.

Denise Naguib, vicepresidenta de sustentabilidad y diversidad de proveedores de Marriott International, compartió que nadie realmente quiere tirar comida perfectamente buena y que este concepto también es de interés para los clientes corporativos que realmente ayudarían a la industria a avanzar en esta tendencia.

Accor es otra marca hotelera líder que da pasos significativos hacia la reducción del uso de alimentos. Según Amir Nahai, director ejecutivo de alimentos y bebidas y estilo de vida de Accor, la compañía logró reducir el desperdicio de alimentos en un 52 % en 92 hoteles en 2017 y en un 31 % en 282 hoteles en 2018. Accor también presentó una iniciativa interna Love Food Not Waste , que ofrece a las propiedades de Accor recomendaciones personalizadas para la gestión de residuos alimentarios. El grupo también tiene una asociación con Too Good to Go, una aplicación diseñada para ayudar a las cocinas a ahorrar alimentos que, de otro modo, se tirarían. Los propietarios reconocen el papel de la industria hotelera en la gestión de este desafío y los huéspedes también participan en nuestras iniciativas de reducción del desperdicio de alimentos con mensajes positivos sobre el tamaño de las porciones, como el lanzamiento de nuestra campaña "Limpia tu plato" en Asia.

La AHLA (Asociación Estadounidense de Hoteles y Alojamiento), que en 2017 colaboró con el Fondo Mundial para la Naturaleza y la Fundación

Rockefeller para lanzar el programa Hotel Kitchen, un conjunto de herramientas que ofrece a los hoteles una hoja de ruta para la reducción del desperdicio de alimentos, también apoya los esfuerzos de los hoteleros para reducir el desperdicio de alimentos. Uno de los mayores problemas que aborda la plataforma Hotel Kitchen es el desperdicio de alimentos generado por los buffets. Hotel Kitchen recomienda usar recipientes más pequeños en la línea de buffet y reponer según sea necesario. Para los comedores tradicionales, el conjunto de herramientas recomienda ofrecer más variedad en el tamaño de las porciones al brindar a los invitados opciones para una versión más pequeña de un plato principal o una selección de platos para compartir.

Otras oportunidades para reducir el desperdicio incluyen prohibir la canasta de pan de cortesía o cobrar a los huéspedes una tarifa nominal por el pan.

El kit de herramientas Hotel Kitchen se implementó en las 250 propiedades administradas por Hilton en las Américas como parte del objetivo de la compañía de reducir a la mitad el desperdicio de alimentos para 2030.

8. BENEFICIOS DE REDUCIR EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS

- **Beneficios sociales:**

Desafortunadamente, el desperdicio de alimentos es un problema en más y más países de bajos ingresos, especialmente en las comunidades agrícolas durante la cosecha. La gente no puede pagar ni obtener suficientes alimentos nutritivos. Hacer donaciones de alimentos no consumidos a áreas donde hay un problema de seguridad alimentaria proporcionará alimentos suficientes para satisfacer las necesidades dietéticas y, por lo tanto, tendrá un impacto social significativo.

Los beneficios sociales se pueden resumir:

- Ayudar a los hambrientos;
- Menos comida desperdiciada;
- Orgullo de los empleados en los esfuerzos de desvío de alimentos - por ejemplo: el desvío de desperdicios de alimentos hacia alimentos para animales es un proceso sostenible con varios beneficios.

- **Beneficios ambientales:**

La reducción de la huella de carbono comienza tan pronto como comienza a desperdiciar menos recursos, especialmente alimentos.

- Menos alimentos enviados a vertederos
- Reducción del desperdicio de alimentos en la fuente
- Construyendo Suelos Saludables con Compost
- Menos metano generado a partir de alimentos en vertederos
- Conservación de Tierras y Aguas

- **Beneficios ambientales**

Tomar iniciativas sobre el desperdicio de alimentos cada semana puede ahorrarle dinero a largo plazo. Comprar menos comestibles significa menos desperdicio, pero también ayuda a ahorrar mucho tiempo.

- Posibilidad de costes de eliminación reducidos
- Disminución de compras excesivas

- Deducción Fiscal por Donación de Alimentos
- Imagen Ambiental Positiva y Compromiso

9. FORMAS DE REDUCIR EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS EN LA INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD

La prevención del desperdicio de alimentos en la industria de la hospitalidad requiere una mejor planificación y gestión de las necesidades alimentarias para comprar los alimentos en consecuencia.

Debido a la naturaleza de su trabajo, los hoteles y restaurantes inevitablemente generan grandes cantidades de desperdicio de alimentos. Este tema es sin duda de gran preocupación para los empresarios y las autoridades pertinentes, como los gobiernos. Se deben tomar algunas medidas de control para garantizar que los hoteles y restaurantes puedan manejar este asunto con éxito. El desperdicio de alimentos puede ocurrir en varias etapas de las operaciones de hoteles y restaurantes. Las actividades relacionadas con la manipulación y preparación de alimentos pueden dar como resultado una mala calidad de los alimentos debido a una demanda desconocida, exceso de existencias, producción ineficiente, comunicación deficiente, comportamiento del personal, recorte sin experiencia, comercialización excesiva, deterioro y otras razones.

Una vez que se consumen los alimentos, también se pueden desperdiciar debido a las grandes porciones de los pedidos, los métodos de servicio ineficientes y la aceptación de los menús de los consumidores. El tipo de residuos generados en hoteles y restaurantes depende de los ingredientes utilizados. Los ejemplos incluyen cáscaras de huevo, cáscaras de papas y frutas, huesos, restos de comida y materiales de empaque.

9.1. Prácticas de gestión de residuos hoteleros

Las prácticas de gestión de residuos de alimentos en hoteles varían de un país a otro y de una organización a otra. Por lo general, el orden de prioridad es desde la prevención hasta la reutilización, el reciclaje y luego los vertederos. Para otros, si la prevención no les funciona, preferirían optimizarla. Esto significa que los desechos se redirigen para alimentar a personas y animales. De lo contrario, los residuos pueden ser compostados o utilizados para la generación de energía renovable.

En general, las prácticas de gestión de residuos de los hoteles incluyen prevención y reducción, reciclaje, donación, compostaje, seguimiento, mejora de la compra y almacenamiento de ingredientes, comercialización inteligente de alimentos, diseño de menús, capacitación de empleados, participación del cliente, control de porciones y cambios en el modelo de servicio.

9.2. Maneras de reducir el desperdicio de alimentos en hoteles y restaurantes

La prioridad para la gestión de hoteles y restaurantes es reducir el desperdicio de alimentos mediante el uso de métodos tales como:

- La organización Sustainable Hospitality Alliance presenta algunos consejos para reducir el desperdicio de alimentos
 - Capacite y eduque a sus equipos - es importante que los empleados reciban la capacitación y educación adecuadas con las mejores prácticas sobre la gestión de desperdicios de alimentos y que se involucren en el proceso. Esto les permitiría tener una mejor visión del problema del desperdicio de alimentos en los hoteles y restaurantes. El equipo puede elegir un líder que será responsable de coordinar el programa de gestión de desperdicios de

alimentos;

- Planifique una política y analice las operaciones: desarrolle una política de gestión de desperdicios de alimentos con objetivos, procedimientos y metas claros (lo que incluye comprar la cantidad adecuada de alimentos para su uso, inspeccionar los alimentos en el momento de la entrega y diseñar un menú con las porciones correctas). El desperdicio de alimentos se puede generar en cada etapa de las operaciones, por lo que es necesario revisar los procesos de entrega y almacenamiento, y cómo se preparan y sirven los alimentos. Lo más importante es decidir qué hacer con las sobras para asegurarse de aprovechar al máximo los alimentos que compra. Por ejemplo, IHG Hotels & Resorts en Australia se asoció con una ONG local para desviar alimentos de los vertederos mediante la donación de 7260 comidas a personas vulnerables en 2020.
- Mida y controle su impacto: establece un equipo de auditoría interna y audite el sistema de desperdicio de alimentos es una forma de monitorear de dónde proviene la mayoría de los desperdicios de alimentos: rastree y mida la cantidad de desperdicio que se genera diariamente influirá rápidamente en cualquier medida de reducción. Realizar auditorías de desperdicio de alimentos implica analizar y rastrear los desperdicios de alimentos desde el punto de origen hasta el punto de eliminación. Hay dos factores importantes a tener en cuenta al realizar el seguimiento: la cantidad de comida desperdiciada y la cantidad de personas que visitan el restaurante. Estos datos ayudan a los gerentes a comprender las principales fuentes de desperdicio de alimentos.

El desperdicio de alimentos se puede rastrear usando dos métodos. En primer lugar, se pueden aplicar sistemas de registro de alimentos que controlen qué tipo de alimentos se desperdicia, por qué se desperdicia ese tipo particular de alimentos y cuánto se desperdicia.

El segundo es un sistema de registro de tráfico que se puede utilizar para planificar futuros visitantes y pedidos de comida, teniendo en cuenta el tráfico que recibe el restaurante, los cambios de clima y otra información. El desperdicio de alimentos en los restaurantes se divide en dos categorías: el que ocurre antes de que se sirva al cliente y el que ocurre después de que el cliente termina de comer. Los tipos de desechos que generan los restaurantes durante la preparación de los alimentos incluyen cáscaras de papa, raíces de hojas verdes, huesos, alimentos mal cocinados y derrames de alimentos. Se estima que entre el 4 y el 10 % de los alimentos crudos de los restaurantes entran en esta categoría. La comida no consumida por los invitados conduce al desperdicio junto con los materiales de embalaje.

- Traiga a otros a lo largo del viaje - se podría crear conciencia con los invitados o las empresas. Por ejemplo, Park Hyatt Zurich ha estado creando conciencia sobre la cocina con todas las partes de un animal al preparar platos con partes típicamente menos deseadas y presentarlas en su restaurante. El chef ejecutivo también habló en una conferencia para involucrar a más chefs en este tema.

Según la Oficina de Estadísticas Laborales, el hogar estadounidense promedio gasta más de \$3,000 al año en salir a comer. Esto no solo requiere una cantidad asombrosa de envases y utensilios de plástico, sino que también produce una gran cantidad de alimentos desperdiciados. La industria de los restaurantes gasta aproximadamente \$162 mil millones cada año en costos relacionados con el desperdicio de alimentos.

El problema señalado aquí es reconocer los tamaños de las porciones. Es necesario educar a la gente para que ordene solo lo que va a comer. A menudo sucede que terminan con restos de comida, especialmente con

las enormes porciones de comida de hoy en día, que los clientes pueden llevarse a casa para otra comida.

El desafío de enfrentar el desperdicio no es producir menos alimentos, sino desperdiciar menos en el proceso.

Algunos consejos más incluyen:

- **Etiquetas de caducidad en alimentos que son perfectamente buenos para comer.**

La Asociación de Fabricantes de Comestibles, el Instituto de Comercialización de Alimentos y la Universidad de Harvard han combinado esfuerzos para actualizar las etiquetas de caducidad sobre la calidad y seguridad de los alimentos. Se proponen dos frases para simplificar cómo se puede saber lo que todavía es bueno para consumir:

MEJOR SI:

- UTILIZADO POR describe la calidad “en la que el producto puede no saber o funcionar como se esperaba, pero es seguro para consumir”;

- USE BY se aplica a "los pocos productos que son altamente perecederos y/o tienen problemas de seguridad alimentaria con el tiempo".

- **Clasificación y pesaje de residuos alimentarios**

Los residuos de alimentos se pueden clasificar fácilmente con diferentes contenedores para tipos específicos de residuos de alimentos. Los artículos reciclables, como los envases de alimentos, el vidrio, el papel y las botellas de plástico, se pueden recolectar por separado de los desechos orgánicos, como las sobras de alimentos y los ingredientes alimentarios compostables. Estas categorías principales se pueden dividir en carnes, frutas frescas, verduras, plásticos, vidrio, etc. Determinar las cantidades para cada categoría o subcategoría también puede ayudar con la planificación de la eliminación.

- **Compostaje:** el compostaje de restos de comida para mantenerlos fuera de los vertederos da como resultado una reducción de la cantidad de gases de efecto invernadero. Los hoteles y restaurantes pueden planear compostar cualquier desperdicio de comida compostable que ocurra en sus instalaciones. El compostaje se puede hacer solo o con un compañero adecuado. La descomposición de los desechos de alimentos orgánicos puede ocurrir por microorganismos. El compost se produce dejando que los desechos de alimentos se acumulen en un hoyo durante un período de tiempo o utilizando una máquina de compostaje y luego se usa como fertilizante para las plantas.
- **Reciclaje de desperdicios de alimentos en restaurantes:** desarrollar un sistema que asegure que todos los tipos reciclables de desperdicios de alimentos siempre se reciclen. Los desechos de alimentos orgánicos se pueden convertir en abono para obtener estiércol nutritivo para los cultivos y también pueden servir como acondicionador del suelo. Los residuos inorgánicos como los plásticos y el vidrio se pueden reutilizar o reciclar.
- **Incineración:** implica la combustión de los residuos de alimentos. Este método se utiliza principalmente para la eliminación de residuos alimentarios peligrosos y tóxicos. La ceniza, que sale como subproducto, puede proporcionar nutrientes valiosos a los cultivos.
- **Almacenar los alimentos adecuadamente:** garantizar que los alimentos se manejen y almacenen adecuadamente. Congelar alimentos que no se pueden consumir de inmediato es una forma de conservar alimentos que se podrían consumir en una fecha posterior. El almacenamiento de los ingredientes requiere algunas acciones como: control de las entregas, comunicación con los proveedores, buen uso de la hoja de inventario, almacenamiento en el lugar adecuado, condiciones de almacenamiento, comunicación con el personal de cocina, seguimiento regular del estado de los alimentos.

- **Done alimentos a las despensas de alimentos o entregue las sobras a las personas que puedan necesitarlas.** Varios países alrededor del mundo están a la vanguardia cuando se trata de lidiar con el desperdicio de alimentos. Por ejemplo, en Francia, es obligatorio donar alimentos que probablemente se desechen pero que son seguros para comer. Las ciudades suecas utilizan los residuos de alimentos para producir combustible para el transporte público en autobús. En Dinamarca, puede usar una aplicación para encontrar restaurantes y panaderías que están a punto de cerrar y comprar los alimentos restantes a una fracción del costo.

9.3. Reutilización

La reutilización de alimentos se está volviendo popular entre las empresas del sector de la hostelería. Las sobras se pueden recoger para su redistribución. The Real Junk Food Project es un movimiento global con sede en el Reino Unido que tiene como objetivo "detener" los excedentes de alimentos. Esto se logra al interceptar los desechos de alimentos de una variedad de lugares, como hoteles y restaurantes, y usarlos como ingrediente para preparar y servir en sus numerosos cafés y puestos temporales en todo el país. The Real Junk Food Project también ejecuta un esquema de "Paga lo que sientes": básicamente, pagas lo que quieres. Puede desprenderse de su dinero o de su tiempo ayudando como voluntario si así lo desea. El objetivo es asegurarse de que todos tengan acceso a una comida, lo que todos podrían hacer, si estos alimentos utilizables no van al vertedero.

Además de esto, se está convirtiendo en un esquema más popular en todo el mundo; con países como Nueva Zelanda y Australia adoptando la iniciativa. Nic Loosely, abrió Everybody Eats y los invitados pueden disfrutar de una comida de tres platos con alimentos que solo habrían ido al vertedero. De lo contrario, la comida solo se habría desperdiciado y es mejor usarla para ayudar a alimentar a aquellos que de otra manera no

podrían disfrutar de una comida.

9.4. Producción de ciclo cerrado

El hotel puede cultivar sus propios productos para la cocina. El jardín se puede abonar con restos de comida y regar con agua reciclada. Cualquier hotel o restaurante con la capacidad para hacerlo debería pensar en plantar un jardín para su uso en la cocina, incluso si es solo un pequeño jardín de hierbas; cualquier pequeño cambio puede reducir la necesidad de comprar en exceso a un proveedor.

9.5. Planificar comidas y hacer listas de compras

El diseño del menú es un paso crucial en la política de reducción de residuos. El menú diseña los platos que se presentarán a los clientes. Por lo tanto, el menú puede afectar considerablemente la cantidad de desperdicio de alimentos generado. Por lo tanto, el menú debe estar orientado a minimizar el desperdicio de alimentos tanto en la cocina como después del servicio. Los aspectos que deben tenerse en cuenta en la planificación del menú para reducir el desperdicio de alimentos son: previsión precisa, maximización de ingredientes, tamaño de las porciones, incorporación de ingredientes de temporada, reducción de las opciones de platos en el menú. Sin lugar a dudas, diseñar un menú de este tipo requiere ajustes según los cambios en las preferencias de los clientes y la estacionalidad.

9.6. Desperdiciar: hojas y puntas

La incorporación del menú con recetas de desperdicio de alimentos (cáscaras, hojas y tapas, tallos) es una solución maravillosa para combatir el desperdicio de alimentos.

Nuestra propia experiencia en Italia nos mostró cómo un restaurante puede crear algo hermoso a partir de ingredientes que a menudo se tiran.

La visión en muchos restaurantes es usar cada parte del producto.

Las siguientes ideas describen cómo se pueden cocinar y, por lo tanto, comer las partes de desecho de un producto.

- Los chips de verduras caseros son ideales para unas patatas fritas crujientes y fáciles. Son mucho mejores que los que se compran en las tiendas, que a menudo contienen aditivos. Se pueden preparar con restos de tubérculos picados, así como con hojas exteriores de coles de Bruselas, extremos de batata, pulpa de remolacha, cáscaras de zanahoria o patata.
- El "arroz" de coliflor es una gran guarnición para aquellos que buscan limitar su consumo de carbohidratos. Es una alternativa perfecta que crea una deliciosa guarnición sin carbohidratos. Los tallos de coliflor crudos, que a menudo se desechan, son excelentes para asar frijoles mexicanos, junto con los floretes.
- Los plátanos demasiado maduros que se están volviendo negros se pueden usar para hacer deliciosos muffins veganos de plátano.
- Las dulces y encantadoras cáscaras de naranja y limón confitadas son sorprendentemente fáciles de hacer y perfectas para regalos navideños. Las cáscaras de cítricos también contienen más vitamina C que la fruta misma, lo que las hace extremadamente saludables. Báñalos en chocolate amargo para un regalo elegante, o córtalos para hacer galletas, pasteles, muffins y bocadillos rápidos. También

puede agregarlo al pan y otros productos horneados.

- Todo el mundo sabe lo saludable que es un caldo de huesos. Recoja huesos de res de costillas asadas, bistecs con hueso y costillas cortas y guárdelos en el congelador para hacer un nutritivo caldo de huesos. Es una excelente base para sopas.
- Los niños muy a menudo cortan la corteza de sus sándwiches. En lugar de tirarlas, guarde estas cortezas en el congelador y utilícelas como ingrediente en un postre. Pudín cremoso de chocolate blanco con huevo y una cobertura de salsa de chocolate blanco decadente, es una excelente manera de crear un postre con ingredientes a la mano.
- El pan rallado es un excelente ingrediente en la cocina y una excelente manera de consumir pan podrido. En tan solo 20 minutos, más un poco de aceite de oliva, sal, un robot de cocina y un horno, puedes preparar rebanadas de pan. Se puede transformar en una miga de pan versátil.
- Otra idea es preparar una deliciosa gelatina de manzana utilizando las semillas y la piel de las manzanas. Con solo cuatro ingredientes y unos cuantos tarros de albañil, puedes hacer esta deliciosa gelatina de manzana con sabor a fuego.

Como conclusión, para enfrentar el desafío de la gestión del desperdicio de alimentos, es exitoso tomar algunas acciones para identificar la cantidad de diferentes tipos de desperdicio de alimentos en hoteles y restaurantes:

- Involucrar al personal en conversaciones;
- Reservar contenedores específicos para la eliminación de diferentes tipos de residuos alimentarios;
- Mantener un registro de los diferentes tipos y cantidades de

desperdicio de alimentos;

- Revisar facturas y otros documentos relevantes.

Para resumir las ideas de reducción del desperdicio de alimentos aplicables en hoteles y restaurantes:

- Cambiar el menú;
- Cambiar su estrategia de compra de materiales alimenticios;
- Educar a su personal sobre las políticas y procedimientos operativos;
- Invertir en equipos de cocina de alta calidad;
- Cambiar sus platos, de tal manera que se reduzcan las porciones servidas;
- Almacenamiento adecuado de frutas y verduras, de tal manera que se reduzcan las pérdidas por caducidad;
- Usar estrategia de "primero en entrar, primero en salir" para la emisión de materias primas alimenticias;
- Realizar un inventario regular de materias primas alimenticias para evitar el exceso de existencias.

10. CONCLUSIONES

La eliminación de residuos de alimentos sigue siendo un problema complejo, ya que intervienen múltiples factores. Los datos disponibles sobre el desperdicio de alimentos en los restaurantes muestran que tiene muchos impactos graves en el medio ambiente, las ventas y la calidad de vida de la sociedad. Está claro que el problema de la eliminación de residuos en hoteles y restaurantes aún no se ha abordado con una

solución óptima. Sin embargo, muestra que las partes interesadas están realizando esfuerzos significativos para abordar de manera efectiva el problema del desperdicio de alimentos en hoteles y restaurantes.

Un hallazgo clave de la investigación académica es la importancia de desarrollar asociaciones entre los proveedores de hospitalidad y otras empresas, organizaciones sin fines de lucro e instituciones interesadas. Una colaboración más estrecha destaca la importancia de reunir a varias partes interesadas (y, en ocasiones, en competencia), combinar tipos de innovación y generación de innovación, y ser aceptado entre ellos de manera más efectiva. Esto requiere más investigación, herramientas y conceptos para diseñar prácticas innovadoras que respalden el sistema de gestión de desperdicios de alimentos que debería mejorar las condiciones. Como una actividad intensiva en mano de obra que a menudo tarda en innovar, la industria hotelera puede ayudar a otras empresas e instituciones a compartir sus conocimientos, ideas y experiencias para ayudar a la industria a alcanzar su objetivo de reducir a la mitad el desperdicio de alimentos para 2030.

FUENTES

- The hospitality industry's relationship with waste, August 30, 2018, <https://www.openaccessgovernment.org/hospitality-industry-waste/51174/>
- Sustainable Hospitality Alliance, Top tips for hotels on reducing food waste, <https://sustainablehospitalityalliance.org/top-tips-for-hotels-on-reducing-food-waste/>
- Brittany Truong, Mar 15, 2019, Food Waste: The Hospitality Industry's Role, <https://www.greenhospitality.io/post/food-waste-the-hospitality-industry-s-role>
- Food waste Factsheet, file:///C:/Users/user/Downloads/Food-waste-factsheet.pdf

- Food waste in hospitality and food services, 10 October 2020, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652620329061#bib30>
- Definition of food loss and waste, <https://www.unep.org/thinkeatsave/about/definitionfood-loss-and-waste>
- 10 FOOD WASTE FACTS, <https://olioex.com/food-waste/food-waste-facts/>
- Dr Carlos Martin-Rios, Food waste management innovations in the foodservice industry, <https://hospitalityinsights.ehl.edu/food-waste-management-innovations>
- By Christina Jelski, Nov 03, 2019, Hotels tackling food waste as step toward sustainability, <https://www.travelweekly.com/Travel-News/Hotel-News/Hotels-tackling-food-waste-as-step-toward-sustainability>
- <https://www.greenhospitality.io/fbplaybook?pgid=l0gtpah9-c8f73901-5d21-42a3-a3bf-ab169b88c8a0>
- NMRA, Food Waste Management in Your Restaurant, <https://www.nmrestaurants.org/food-waste-management-restaurant/>
- The Benefits of Reducing Food Waste, October 14, 2021, <https://pela.earth/blogs/news/the-benefits-of-reducing-food-waste>
- <https://www.leanpath.com/>
- Global Issues: Food Security, <https://www.peacecorps.gov/educators/resources/global->

issues-food-security/

- Adam Handling, 5 May 2020, Eggs, milk, bananas, bread: four recipes to combat food waste, <https://www.greatbritishchefs.com/features/food-waste-recipes-adam-handling>
- Loth Shefalee, 26 Jun 2019, Three food waste facts everyone needs to know, <https://www.which.co.uk/news/article/three-food-waste-facts-everyone-needs-to-know-aIHRD3H1gpEv>
- Food waste in hospitality: why it matters and how to avoid it, 22 Nov 2021, <https://verive.eu/en/articles/food-waste-in-the-hospitality-industry-en>
- Marta Machado, 25 February 2021, Food Waste prevention in the hospitality sector – food for thought, https://food.ec.europa.eu/system/files/2021-03/fw_eu-platform_20210225_sub-ai_pres-08.pdf
- Food Waste Management In Hotels & Restaurants, June 16, 2022, <https://www.ecepl.com/food-waste-management/>
- Cathy Jacobs, 04/21/21, 30 Recipes to Use Up Food Scraps "Waste not want not" never tasted so good!, <https://www.thespruceeats.com/recipes-to-use-up-food-scraps-5179510>
- <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/>
- UN Environment Programme, <https://www.unep.org/thinkeatsave/get-informed/worldwide-food-waste>
- Zuckerman, A., 2020, 48 FOOD WASTE STATISTICS 2020/2021:

CAUSES, IMPACT & Solutions, <https://comparecamp.com/food-waste-statistics/>

- Three food waste facts everyone needs to know, 26 Jun 2019, <https://www.which.co.uk/news/article/three-food-waste-facts-everyone-needs-to-know-a1HRD3H1gpEv>
- UNITED NATIONS: Sustainable Development Goals, <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/>
- Uncovering the Global Food Scandal (Penguin, 2009) <https://www.unep.org/thinkeatsave/get-informed>
- Food Waste in America in 2022: Statistics + Facts, <https://www.rts.com/resources/guides/food-waste-america/>
- REDUCE PROJECT, Ministry of the Environment, Land and Sea of Italy, https://www.sprecozero.it/wp-content/uploads/2019/07/REDUCE-FINAL_SDG-12.3-ITALY_FOOD-WASTE-1.pdf
- LOVE FOOD HATE WASTE, <https://www.lovefoodhatewaste.nsw.gov.au/>
- Managing Food Waste In The Hospitality Industry, Oct. 30, 2018, <https://ineedachef.com.au/managing-food-waste-hospitality-industry/>
- South Africa wastes 10-million tonnes of food every year, <https://www.averda.com/rsa/news/south-africa-wastes-10-million-tonnes-of-food-every-year>
- International Day of Awareness of Food Loss and Waste, https://food.ec.europa.eu/safety/food-waste/international-day-awareness-food-loss-and-waste_en

- Trinity Bond, Apr. 4, 2018, Reasons Behind Food Waste in the Hospitality Industry, <https://www.linkedin.com/pulse/reasons-behind-food-waste-hospitality-industry-room-hygiene-expert>
- The hospitality industry's relationship with waste, August 30, 2018, <https://www.openaccessgovernment.org/hospitality-industry-waste/51174/>
- Patrick Ryan, Jun 27, 2018, Dubai's lavish hotel and restaurant displays a major source of food waste, campaigners say, <https://www.thenationalnews.com/uae/dubai-s-lavish-hotel-and-restaurant-displays-a-major-source-of-food-waste-campaigners-say-1.744839>
- <https://www.mori2a.com/en/dont-stop/news/prodotti/stop-food-waste/>
- European Week for Waste Reduction, <https://ewwr.eu/>
- HOW HOTEL AND RESTAURANT INDUSTRY REUSE AND RECOVER FOOD WASTES, June 19, 2020, <https://reurasia.com/how-hotel-and-restaurant-industry-reuse-and-recover-food-wastes/>
- Dr Carlos Martin-Rios, Food waste management innovations in the foodservice industry, <https://hospitalityinsights.ehl.edu/food-waste-management-innovations>
- Food and the Environment, <https://foodprint.org/the-total-footprint-of-our-food-system/issues/food-and-the-environment/>
- The Food and Agriculture Organization of the United Nations, International Day of Awareness of Food Loss and Waste, <https://www.fao.org/international-day-awareness-food-loss-waste/en/>

- <https://www.statista.com/chart/24349/estimated-annual-global-food-waste-by-sector/>
- https://zerowastebulgaria.org/en/about_us-3/
- Roberta Kostadinova22. February 2022, FoodObox: Bulgarian startup saves meals and battles food waste, <https://www.trendingtopics.eu/foodobox-bulgarian-startup-saves-meals-and-battles-food-waste/>
- Green Skills Gap in the Bulgarian Tourism Industry, 2021, Maya Ivanova, Stanislav Ivanov, Irina Petkova. <https://www.liebertpub.com/doi/10.1089/scc.2021.0016>
- THE ASSOCIATED PRESS, July 7, 2022, Record number of people worldwide are moving toward starvation, U.N. warns, <https://www.npr.org/2022/07/07/1110219180/record-number-of-people-worldwide-are-moving-toward-starvation-u-n-warns?t=1658997002055>

ACERCA DE

La Escuela Secundaria Nacional Vocacional de Medicina Veterinaria "Prof. Dr. Dimitar Dimov" es la escuela de veterinaria más antigua de Bulgaria. La Escuela de Veterinaria Lovech fue fundada en 1946 y es la más antigua de Bulgaria. Los estudiantes que estudian en ella provienen de 13 distritos - desde el río Timok hasta el Mar Negro, principalmente del norte de Bulgaria. En total, la escuela tiene clases 13, divididas respectivamente - 7 - medicina veterinaria y 6 - tecnología alimentaria. En el último año, la escuela recibió el prestigioso reconocimiento por escuela innovadora con el proyecto "INTRODUCCIÓN DE TECNOLOGÍAS PEDAGÓGICAS MODERNAS EN LA ENSEÑANZA DE LA PARASITOLOGÍA Y CRIANZA DE ANIMALES"

La Escuela Secundaria Agrícola atrae a estudiantes de todo el norte de Bulgaria. La alta calidad de la formación profesional y la fuerte política social de la escuela son las principales características que hacen de la escuela un lugar preferente para la formación en medicina veterinaria y tecnología de alimentos.

La escuela coopera con universidades y participa en conferencias científicas para jóvenes. Los alumnos reciben una formación de calidad para el desarrollo de las industrias ganadera y alimentaria. Actualmente contamos con 288 alumnos y 35 docentes. Las principales prioridades en la política educativa de nuestra escuela son el resultado de la conciencia de las actitudes educativas y la inexactitud del cambio a una mayor calidad de la actividad académica a la modernización de la educación profesional, una comprensión más rigurosa de los derechos de los niños y la educación



10. Ejercicios prácticos para profesores de escuela para implementar en el aula

Mamak District Directorate of National
Education

1. INTRODUCCIÓN

Bajo diferentes títulos, como emprendimiento, gestión de pequeñas empresas, crecimiento empresarial, creación de nuevas empresas, gestión de nuevas empresas o desarrollo empresarial, muchos programas de pregrado y posgrado en administración hotelera y turística ofrecen educación empresarial (EE) como materia obligatoria u optativa (Ahmad, 2015).). La oferta de materias relacionadas con EE se considera muy importante ya que el objetivo es proporcionar a los estudiantes los conocimientos esenciales para iniciar un negocio y equipar a los estudiantes con las habilidades y competencias necesarias para convertirse en gerentes efectivos en las industrias de la hospitalidad y el turismo. Los estudiantes también obtendrán una exposición hacia una mejor comprensión del concepto empresarial y aprenderán cómo ser propietarios de negocios innovadores y exitosos. En otras palabras, la razón principal para ofrecer esta materia es facilitar que los graduados se conviertan en trabajadores por cuenta propia, así como mejorar su empleabilidad para trabajar en las industrias de la hospitalidad y el turismo caracterizadas por un entorno empresarial volátil, complejo e incierto. Uno de los principales problemas en el espíritu empresarial es cómo se debe enseñar el tema (Pittaway & Cope, 2006). Los educadores todavía luchan por encontrar los objetivos educativos apropiados y se sabe poco acerca de las técnicas de enseñanza eficaces para la EA (Brockhaus, Hills, Klandt y Welsch, 2001). A pesar de que existen estudios en esta área, la mayoría de estos estudios se realizaron dentro de las perspectivas de las escuelas de negocios (Kuratko, 2005; Solomon, 2007). Los estudios sobre EA que se realizaron fuera de las escuelas de negocios incluyen gestión deportiva (Ratten, 2011), ingeniería y ciencias (Handscombe, Rodriguez-Falcon y Patterson, 2008), medicina veterinaria (Henry y Treanor, 2010), arte (Gose, 1997) , geografía, tierra, ciencias ambientales (Maguire & Guyer, 2004), enfermería (Dickerson & Nash, 1999), título de médico (Padilla, White, Bovee & McQueen, 2011) e historia y música (Mangan, 2004).

Dada la escasez de estudios realizados fuera de la escuela de negocios, varios académicos han pedido un nuevo enfoque de la EA (Gibb, 2005; Kirby, 2004; Volkmann et al., 2009), mientras que otros fueron más conservadores al argumentar que la la pedagogía actual en EA debe revisarse principalmente para proporcionar una estrategia de enseñanza y aprendizaje eficaz y eficiente (Mwasalwiba, 2010). Desarrollar una "mentalidad empresarial" dentro del entorno del aula es un desafío para cualquier educador y mucho menos para crear una nueva empresa (Gibb & Price, 2014). Exige la formulación de una estrategia integrada de aprendizaje y enseñanza que alinee los resultados de aprendizaje previstos con la selección eficaz de la pedagogía. La pedagogía o método de enseñanza es de suma importancia en el proceso de aprendizaje, involucrando un método efectivo, un instructor competente y suficientes instalaciones de enseñanza. Dado que de alguna manera existe un consenso entre los académicos de EE de que el espíritu empresarial se puede enseñar (Ismail, 2010), el énfasis ahora se desplazó a lo que se debe enseñar y cómo se debe enseñar ("Chief Scientist", 2015; Fayolle, 2007; Lourenco & Jones , 2006). Sin embargo, Rideout y Gray (2013) argumentaron que aunque ha habido algún progreso en EE, el campo aún se encuentra en una etapa muy temprana de desarrollo.

El aumento en el crecimiento de la industria de la hospitalidad y el turismo en los últimos años crea una gran oportunidad para los emprendedores, en particular para los jóvenes emprendedores de entre 20 y 35 años (Hospitalitynet, 2016). Dado este hecho, es particularmente importante que los educadores se aseguren de que esta generación de estudiantes se gradúe con una combinación de habilidades que los equipará para esta profesión, con la capacidad de ser flexibles, adaptables y proactivos. El término espíritu empresarial siempre gira y varía según las diferentes industrias y campos, lo que dificulta que las personas lo definan. Por ejemplo, Jones e English (2004) definen el espíritu empresarial como “el proceso de proporcionar a las personas la capacidad de reconocer oportunidades comerciales y la percepción, la autoestima,

el conocimiento y las habilidades para actuar en consecuencia”. Sewell y Poll (2010), por su parte, definen el espíritu empresarial como “el deseo, la motivación y las habilidades necesarias para iniciar y administrar un negocio exitoso”. Según Olsen y Mykletun (2012), no existe una definición operativa libre de controversia de emprendimiento, como las definidas anteriormente; por lo tanto, propusieron el uso del objetivo fundacional como base para enmarcar el emprendimiento.

Uno de los objetivos fundamentales de la educación empresarial más comúnmente utilizados es alentar a los estudiantes a crear sus propios negocios (Harkema & Schout, 2008). Sin embargo, crear un negocio propio no es el enfoque principal de la educación en hotelería y turismo; por lo tanto, esta definición no es del todo aplicable a HTP (Olsen & Mykletun, 2012). Así, propusieron un nuevo término al que llamaron “emprendimiento”, una combinación de las palabras “emprendimiento” y “hospitalidad”. El espíritu empresarial se centra en el proceso de utilizar los recursos disponibles para crear valor para un cliente, mientras que EE se centra en iniciar una nueva empresa (Olsen & Mykletun, 2012). En otras palabras, dada la naturaleza de la industria hotelera y turística, EE en HTP debe centrarse en crear una propuesta de valor de servicio en lugar de centrarse únicamente en la creación de nuevas empresas. Los académicos también señalaron que la mayoría de los graduados en hotelería y turismo permanecerían empleados en organizaciones y nunca se convertirían en empresarios independientes (por ejemplo, Ahmad, 2015). Las habilidades que adquirieron en EE, sin embargo, les ayudarían a actuar empresarialmente dentro de la empresa.

La importancia de cómo se debe enseñar EE o el método de enseñanza apropiado en HTP sigue siendo un tema fundamental en EE que es parte de un debate académico en curso en la literatura de hotelería y turismo (Deale, 2016). Los contenidos y métodos de enseñanza serían los factores decisivos de éxito para la enseñanza de la EA en HTP en el siglo XXI (“Chief Scientist”, 2015). Desafortunadamente, se sabe muy poco sobre técnicas de enseñanza efectivas para la educación empresarial (Deale, 2016; Olsen & Mykletun, 2012) y la investigación y el conocimiento sobre cómo

enseñar el espíritu empresarial en HTP siguen estando relativamente poco desarrollados a pesar de la creciente demanda de más graduados orientados al espíritu empresarial (" Científico Jefe", 2015). Habiendo reconocido esta brecha, este documento tiene como objetivo revisar y evaluar críticamente los principales métodos de enseñanza de EA y discutir la efectividad del método de enseñanza específico en relación con HTP a nivel universitario.

2. ENFOQUE Y ALCANCE

Este trabajo espera determinar la “fuente” de la efectividad del método de enseñanza dentro del HTP específicamente. Sin embargo, este artículo no pretende ser un compendio que aporte todas las técnicas posibles sobre cómo enseñar a emprender, sino un análisis de la pedagogía didáctica ampliamente utilizada en los EE. El primer paso fue realizar una evaluación o evaluación de los métodos de enseñanza pasados y presentes de EA en términos de sus fortalezas y limitaciones. Si bien existen muchas definiciones diferentes de métodos o prácticas de enseñanza (por ejemplo, Sanders & McCutcheon, 1986), definimos el método de enseñanza como los principios generales, la pedagogía y las estrategias utilizadas en la enseñanza. Uno de los mayores desafíos para los educadores es determinar la efectividad de los métodos de enseñanza para los estudiantes. Según Read y Kleiner (1996), para medir la efectividad de un método de enseñanza, necesitamos entender cómo aprenden las personas. Las personas aprenden cuando participan activamente en el proceso de aprendizaje y cuando el aprendizaje va seguido de un refuerzo positivo, como elogios (Read & Kleiner, 1996). Es importante notar que en este documento, solo nos enfocamos en la efectividad del método de enseñanza y no en la efectividad del maestro. Sin embargo, la eficacia de la enseñanza se puede entender al observar lo que hacen los maestros efectivos. Los maestros efectivos tienen altas expectativas para el aprendizaje de los estudiantes, brindan instrucciones claras, monitorean el progreso del aprendizaje de los estudiantes, usan incentivos y recompensas para promover el aprendizaje, son altamente

eficientes en las rutinas del aula y mantienen excelentes interacciones personales con sus estudiantes (Hunt, 2009). Específicamente, cuando observamos la efectividad del método de enseñanza, nos enfocamos en los objetivos de aprendizaje, la introducción de nuevos conocimientos, la práctica para profundizar la comprensión de los estudiantes, el compromiso y la participación de los estudiantes, la gestión del aula, las relaciones entre los maestros y los estudiantes y múltiples medidas de los logros de los estudiantes (Marzano, 2007). El concepto se desarrollará más en las siguientes secciones.

3. EFECTIVIDAD DEL PROGRAMA DE EDUCACIÓN EN EMPRENDIMIENTO EN HOSPITALIDAD Y TURISMO

Los desafíos a los que se enfrenta la EE en el pasado han pasado de cuestiones de legitimidad a cuestiones de calidad (Bécharde & Grégoire, 2007). El debate ya no es si se puede o se debe enseñar el espíritu empresarial, sino cómo mejorar continuamente su contenido y métodos de entrega para satisfacer las necesidades de los estudiantes y las industrias actuales (Fayolle, 2007; Gendron, 2004; Lourenco & Jones, 2006). Ha habido un descontento y críticas de larga data entre los educadores de EA (por ejemplo, Ronstadt, 1987) de que la entrega de EA ha sido demasiado rígida y teórica que no logró sus objetivos. Ahmad (2015) argumentó que el enfoque y el proceso de EE es demasiado mecanicista y no promueve ni fomenta el comportamiento empresarial y no existe una relación estadísticamente significativa entre la educación y la intención empresarial de los estudiantes de turismo (Gurel, Altinay y Daniele, 2010).

Con referencia a HTP, todavía se considera muy vocacional y orientado a la acción, y muchos cuestionan hasta qué punto prepara a los estudiantes para pensar críticamente y trabajar fuera de las prácticas

existentes. Se argumenta que el método de enseñanza actual se preocupa principalmente por crear recursos humanos para trabajar para otros y no para uno mismo, lo que exige un nuevo enfoque en EE (Ahmad, 2015; Deale, 2016; Echtner, 1995). La integración de un módulo de emprendimiento en el plan de estudios de HTP brindará a los estudiantes los conocimientos y habilidades esenciales para convertirse en gerentes efectivos con habilidades y capacidades empresariales en las industrias de la hospitalidad y el turismo (Ahmad, 2015). HTP difiere de otras disciplinas comerciales debido a la naturaleza práctica y fuertemente orientada al servicio del trabajo en la industria hotelera y la interacción frecuente entre estudiantes y profesionales de la industria (Deale, O'Halloran, Jacques y Garger, 2010). El desajuste entre las habilidades adquiridas en la universidad y las que necesitan los estudiantes también afectó las habilidades empresariales, ya que estaba poco desarrollada dentro de su estudio universitario y mostró efectos adversos entre los estudiantes para participar en el emprendimiento (Rengiah, 2013). Olsen y Mykletun (2012) argumentaron que la mayoría de las universidades no lograron comprender la naturaleza multifacética de la educación en hotelería y turismo. y se centró principalmente en los métodos de enseñanza tradicionales, como conferencias, tutorías y exámenes. Los métodos tradicionales fueron criticados por su énfasis en la teoría y el pensamiento conceptual y el uso de estilos de aprendizaje centrados en el docente (Deale, 2016) y su enfoque excesivo en el conocimiento funcional (Olsen & Mykletun, 2012). Mwasalwiba (2010) también atribuyó el déficit existente en la enseñanza de la pedagogía a los métodos tradicionales, que son menos efectivos para fomentar los atributos empresariales y hacen que los estudiantes se conviertan en participantes inactivos. Con respecto a los argumentos y comentarios desfavorables de la ineficacia de la enseñanza de las instituciones de educación superior (IES), es hora de que las IES que ofrecen EE reconsideren su filosofía sobre la pedagogía y la ajusten para apoyar enfoques más pragmáticos. Según McKeown, Cindy, Srikanth, Kelly y Lynn (2006), pág. El 86 por ciento de los programas HEI en el Reino Unido todavía utilizan métodos tradicionales de enseñanza y aprendizaje. Estos son exactamente los mismos métodos utilizados en

otros cursos relacionados con los negocios, que según Bennett (2006) son pasivos y menos efectivos para influir en los atributos empresariales.

A pesar de las deficiencias de los métodos de enseñanza tradicionales y un resultado abrumador de estudios que sugieren que el espíritu empresarial debe enseñarse utilizando métodos "innovadores" (Arasti, Falavarjani, & Imanipour, 2012; Deale, 2016; Musa, 2009), métodos de enseñanza como conferencias, los estudios de casos y las discusiones grupales siguen siendo las pedagogías más utilizadas en muchas universidades de todo el mundo (McKeachie, 2002). El estudio de Solomon, Duffy y Tarabishy (2002) destacó que los métodos de enseñanza más populares en EA son las conferencias, los estudios de casos y la creación de planes de negocios. U.S. News and World Report (2004) encontró que 78 de las 100 mejores universidades de los Estados Unidos incorporaron el plan de negocios en su formato de currículo de enseñanza. Algunas universidades de todo el mundo incluso enviaron equipos competitivos para participar en los concursos de planes de negocios que se realizan en el extranjero (Honig, 2004). Como resultado, muchas universidades han incorporado el plan de negocios como parte de su HTP, pero solo unas pocas fueron más allá de enseñar a los estudiantes a iniciar una nueva empresa y explorar la innovación dentro de una empresa existente (Olsen & Mykletun, 2012). Aunque ha habido un cambio significativo en la estructura del plan de estudios de HTP al ofrecer cursos relacionados con EE, es necesario explorar más a fondo el grado en que el nuevo plan de estudios es efectivo para capturar las áreas operativas y de gestión de la industria hotelera y turística. Esto es especialmente importante en HTP ya que la industria a menudo se basa en brindar experiencias a otros.

4. DETERMINACIÓN DE LOS FACTORES SUBYACENTES DE LA EFICACIA DE LA ENSEÑANZA EN LA EDUCACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO

Los métodos para enseñar el espíritu empresarial variaron ampliamente (Porter, 1994). Estas diferencias se deben a los supuestos sobre lo que EA 'es' (Olsen & Mykletun, 2012). Por lo tanto, antes de llevar a cabo cualquier discusión sobre la eficacia o la idoneidad de un método de enseñanza en particular, es necesario resolver la confusión conceptual de las diversas definiciones sobre el espíritu empresarial. Esta confusión no solo impacta negativamente en los esfuerzos por desarrollar la EA como un campo académico, sino también en la mente de los estudiantes. Las superposiciones y distinciones de significado pueden causar confusión si no se definen claramente, especialmente porque el espíritu empresarial y otros elementos del mismo (por ejemplo, la innovación) están estrechamente vinculados con la política gubernamental y la estrategia comercial en muchos países (Olsen & Mykletun, 2012). El problema con esta definición de EE es que coloca al emprendedor en un contexto económico y empresarial (Cheng, Chan y Mahmood, 2009). El enfoque principal de EE en las escuelas de negocios, por ejemplo, sigue estando en la gestión de nuevas empresas, las pequeñas empresas y el proceso de planificación empresarial que supuestamente las acompaña.

Esto también se observa en HTP, donde Brizek y Khan (2008) argumentaron en la academia hotelera que “el espíritu empresarial se considera principalmente en términos de individuos que comenzaron nuevas empresas”. Así, Bosma y Levie (2010) propusieron que el “intraemprendimiento”, que se refiere a la creación o nueva innovación dentro de una organización, es un factor clave para el desarrollo de las empresas, especialmente las de la industria hotelera y turística (Morrison, Carlsen, & Weber, 2010). Por lo tanto, con base en las diferencias en la definición de lo que es el espíritu empresarial, sería una falacia argumentar que un método de enseñanza en particular es efectivo o

ineficaz en comparación con otros métodos cuando todos los programas no comparten una definición u objetivo similar. Pardo (2013) reiteró el mismo argumento de que antes de realizar cualquier evaluación sobre la eficacia de la educación empresarial, es necesario comprender los objetivos de enseñanza de los educadores empresariales y por qué persiguen esos objetivos. Además, también sería erróneo suponer que todos los objetivos de EE son desarrollar la creación de nuevas empresas. De hecho, algunos educadores aún se oponen a la idea de que los estudiantes se aventuren en el negocio mientras continúan sus estudios (Fayolle & Gailly, 2008). A pesar de este “diagnóstico”, poco se sabe sobre los resultados esperados y las intenciones de los instructores de emprendimiento (Pardo, 2013).

Aunque trabajos previos en educación empresarial han señalado la existencia de varios objetivos de enseñanza posibles en los cursos de emprendimiento (es decir, Bechard & Toulouse, 1998), la mayoría de los artículos dentro del tema simplemente describieron lo que hicieron sin una mayor consideración de los objetivos detrás de las actividades de enseñanza (por ejemplo, Rae, 2003; Rae y Craswell, 2000; Shepherd, 2004). Hytti y O'Gorman (2004) fundamentaron un argumento en el que afirmaron que, dependiendo de los objetivos de la EA, existen muchas formas de ofrecer educación empresarial. Si el objetivo de la educación es aumentar la comprensión de lo que es el espíritu empresarial, la forma más eficaz de lograr el objetivo es proporcionar información a través de canales públicos como los medios de comunicación, seminarios o conferencias. Estos métodos son efectivos en términos de enviar la información relevante a una población más amplia en un período de tiempo relativamente corto si se usa de una manera que fomente la participación de la audiencia (Read & Kleiner, 1996). Si el objetivo es dotar a las personas de habilidades empresariales, que sean aplicables directamente al trabajo, la mejor manera es proporcionar educación y formación que permitan a las personas involucrarse directamente en el proceso empresarial, como la formación industrial. Es importante señalar que los disertantes o capacitadores juegan un papel clave en la determinación de la efectividad de la presentación o capacitación (Read

& Kleiner, 1996). Por último, si el objetivo de la educación es preparar a las personas para que actúen como empresarios, la técnica más eficaz es facilitar los experimentos probando el espíritu empresarial en un entorno controlado, por ejemplo, a través de la simulación empresarial o juegos de roles en los que se anima a los estudiantes a usar su creatividad. (Deale, 2016) y experimentar los elementos de una situación real (Read & Kleiner, 1996).

Mirando este tema de manera holística, el problema radica en determinar qué objetivos se adaptan a una etapa de EA en particular. Organizar la secuencia de esta progresión de aprendizaje de EE proporcionaría claridad para determinar el objetivo de cada etapa del emprendimiento y la pedagogía de enseñanza correspondiente. Por lo tanto, la efectividad de un método de enseñanza o el mejor enfoque diferiría según la etapa del programa de emprendimiento que delinea la definición y los objetivos de la EA. A los efectos de la coherencia en el acceso a la eficacia del método de enseñanza respectivo, el objetivo de la EA se puede categorizar de la siguiente manera. La EA se puede dividir en términos generales en tres objetivos principales: enseñar sobre, en y para el emprendimiento (Hytti & O'Gorman, 2004; Kirby, 2004). La enseñanza sobre el espíritu empresarial tiene como objetivo proporcionar a los estudiantes una perspectiva general y una comprensión del espíritu empresarial como un fenómeno (Hytti & O'Gorman, 2004). El objetivo es educar a las diferentes partes interesadas, incluido el gobierno, los encargados de formular políticas, los financiadores y el público en general sobre el papel de los empresarios en la comunidad. La formación de las personas en el espíritu empresarial tiene como objetivo hacerlas más emprendedoras en su trabajo, así como aumentar su capacidad de innovación, habilidad y creatividad. Finalmente, educar para el emprendimiento se refiere a la creación de un emprendedor, el individuo que decide emprender sus propios emprendimientos empresariales (Jamieson, 1984; Olsen & Mykletun, 2012). Con base en estos objetivos, la EE puede clasificarse y diseñarse adecuadamente según la progresión o etapa de convertirse en emprendedor.

5. UNA REVISIÓN DE LA PEDAGOGÍA DE LA ENSEÑANZA ACTUAL EN LA EDUCACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO

Parece que la mayoría de los autores clasifican los métodos de enseñanza en dos grupos, "métodos tradicionales" que comprenden conferencias normales, seminarios, lecturas, planes de negocios, trabajos de proyectos y "métodos innovadores" que son más pedagogía basada en la acción. El primero también se conoce como "métodos pasivos" o aprendizaje centrado en el profesor y el segundo también se conoce como "métodos activos" o centrado en el estudiante (Hytti y O' Gormon, 2004; Mwasalwiba, 2010; Tasnim, 2012). En este documento, propusimos una categoría adicional llamada método experiencial que se puede incorporar fácilmente en el plan de estudios de hotelería y turismo, como cursos de diseño de hoteles o gestión de atracciones.

El enfoque del método tradicional para la enseñanza y el aprendizaje implica el flujo dirigido de información del instructor como sabio al estudiante como receptor. Por lo general, se basa en materiales de aprendizaje preempaquetados, plazos fijos, tareas de evaluación y criterios determinados por los instructores. Los métodos de enseñanza innovadores, por otro lado, buscan mejorar la creatividad y el pensamiento analítico de los estudiantes. Los métodos activos esperan que el instructor facilite el aprendizaje, no que controle y aplique métodos que permitan el autodescubrimiento de los estudiantes. Los métodos de enseñanza innovadores incluyen simulaciones de negocios que pueden proporcionar a los estudiantes experiencias de toma de decisiones de nuevas empresas simuladas y desarrollar sus habilidades en la toma de decisiones complejas. Otros métodos incluyen visitas y vinculaciones a empresas para adquirir experiencia práctica (Balan, 2014; Solomon, 2007). Los siguientes párrafos elaboran los métodos de enseñanza comunes aplicados en EE en HTP.

Estos métodos de enseñanza y aprendizaje se revisan brevemente a continuación:

5.1. Métodos pasivos

5.1.1. Lectura y examene

Este método es quizás el más utilizado y el más antiguo para enseñar EA (McKeachie, 2002). EE se enseña a través de conferencias, tomando exámenes y escribiendo ensayos. Siguiendo un libro de texto, los instructores introducen diferentes conceptos y herramientas de emprendimiento y explican cómo se pueden utilizar en empresas de hostelería y turismo. Aunque este método es efectivo para entregar información, tiene varias limitaciones. El grado en que los estudiantes pueden participar en la clase es mínimo, el método es ineficaz para desarrollar habilidades individuales y es difícil para algunos estudiantes participar en un aprendizaje activo durante la sesión de lectura (Deale, 2016; Read & Kleiner, 1996). La efectividad de este enfoque depende de las experiencias, habilidades y conocimientos del instructor. Como afirma Hindle (2007), este enfoque puede no ser adecuado para estudiantes que deseen aprender el proceso de EE a través de la experimentación activa. Para superar las limitaciones de las clases magistrales, se pueden integrar otros métodos de enseñanza, como juegos de roles, talleres, series de seminarios y discusiones de minicasos (Read & Kleiner, 1996). Con el método integrado, los estudiantes pueden ser participantes activos durante la clase y responder preguntas específicas durante o antes de la lección.

5.1.2. Estudios de caso

Un estudio de caso suele ser una “descripción de una situación real, que comúnmente implica una decisión, un desafío, una oportunidad, un

problema o una cuestión a la que se enfrenta una persona o personas en una organización” (Leenders, Mauffette-Leenders y Erskine, 2001).). Puede incluir escenarios de una situación compleja y también las creencias, actitudes y prejuicios de los individuos involucrados y sus acciones. Los casos no brindan respuestas simples o explícitas; más bien, los casos provocan el pensamiento crítico de los estudiantes, ilustran cómo pensar profesionalmente e instan a los estudiantes a usar conceptos teóricos para resaltar un problema práctico. Este método es importante cuando el educador busca desarrollar las habilidades de alto nivel necesarias para el pensamiento crítico y la toma de decisiones. Los estudios de casos permiten a los estudiantes “experimentar” situaciones de clientes reales a las que quizás no tengan acceso en un entorno de hotelería y turismo. Promueven el desarrollo de habilidades de pensamiento crítico al ofrecer la oportunidad de un análisis de datos directo que incluye la consideración de los resultados. Por ejemplo, al exponer a los estudiantes de hotelería y turismo a un escenario práctico en el salón de clases, les brinda a los estudiantes una experiencia práctica. Pueden leer y examinar datos de la vida real e intentar resolver la situación, o al menos encontrar posibles soluciones a la situación sin tener que estar en la situación. La eficacia de un estudio de caso depende de la participación activa de los estudiantes y el formador, la solución aceptable y las razones de las acciones realizadas (Read & Kleiner, 1996). A pesar de sus ventajas, este método también ha sido criticado (Biagio & Mark, 2014). Las críticas incluyen: la inexactitud o tergiversación del caso, la participación desequilibrada de los estudiantes durante las discusiones del caso y los materiales del caso desactualizados.

5.1.3. Plan de negocios

Un plan de negocios puede definirse como un documento escrito que describe el estado actual y el futuro supuesto de una organización (Honig, 2004; White, Hertz, & D’Souza, 2010). La preparación de un plan de negocios produce un aura de formalidad y convicción que a menudo se requiere antes de que se tome en serio la creación de una nueva empresa

por parte de un individuo. El plan de negocios está destinado a ser el primer paso hacia un proceso específico ampliamente conocido como emprendimiento, pero a diferencia de la actividad empresarial, se enfoca principalmente en ideas en lugar de acciones (Honig, 2004). Un plan de negocios bien elaborado es una de las herramientas de comunicación más importantes para un emprendedor que brinda un sentido de legitimidad a la empresa y a los fundadores. Un plan bien escrito es conciso, pero completo y requiere una gran cantidad de decisiones sobre todos los aspectos de la creación de nuevas empresas, desde explotar la oportunidad hasta obtener recursos y formar el equipo de alta dirección. La construcción de un plan de negocios convincente requiere una comprensión profunda del producto, el panorama competitivo, el modelo de negocios y el modelo financiero prospectivo. Dado que el objetivo principal de un plan de negocios es enseñar a los estudiantes a iniciar una nueva empresa, no agrega mucho valor a los estudiantes de hotelería y turismo porque la industria se basa principalmente en brindar experiencias a otros dentro de la misma empresa y no en iniciar una nueva empresa. (Olsen y Mykletun, 2012).

5.2. Métodos activos

5.2.1. Juegos de simulación de negocios

Un juego de simulación empresarial puede definirse como un modelo dinámico del proceso empresarial real en el que un número equilibrado de variables de decisión requieren integración estratégica (Keys & Wolfe, 1990). El juego de simulación proporciona experiencia de primera mano sobre las interdependencias de gestión y la competencia en un mercado común. Los juegos de simulación pueden ayudar a desarrollar habilidades críticas y practicar comportamientos empresariales importantes al remodelar ciertos aspectos de la realidad en un entorno seguro y libre de riesgos (Carrier, 2007; Shepherd, 2004; Smith, Kickul y Coley, 2010). Los estudiantes tienen la oportunidad de reflexionar sobre su propia acción y

los resultados resultantes, al mismo tiempo que tienen la oportunidad de reaccionar ante el resultado tomando medidas correctivas. Dado que todas las decisiones se toman en tiempo real, produce un entorno de aprendizaje realista altamente contextualizado.

Carrier (2007) y Shepherd (2004) también subrayan los beneficios de los estudiantes que experimentan el fracaso y las emociones negativas, lo que ayudará a los estudiantes a aprender a lidiar con el fracaso. Cada ronda de simulación debe ir seguida de un elemento informativo que aliente a los participantes a compartir sus experiencias con los demás. Esto requiere un entorno de aprendizaje experimental que se caracterice por la confianza, la apertura y el respeto mutuo (Smith et al., 2010). Para mejorar aún más el aprendizaje a través de juegos de simulación, Smith et al. (2010) han comparado diferentes periodos de tiempo entre la simulación y el debriefing. Descubrieron que la reflexión era más efectiva dentro de las 48 h posteriores a la simulación en comparación con una semana después. A pesar de sus ventajas, este método tiene una serie de limitaciones (Read & Kleiner, 1996). Por ejemplo, las simulaciones no se basan en empresas reales; por lo tanto, es posible que no reflejen la experiencia real y realista de la vida empresarial. Además, algunos estudiantes pueden verlo como un juego divertido y no tomarlo en serio. El costo de los juegos de simulación y el tiempo requerido para ejecutarlos son otras limitaciones.

5.2.1. Oradores invitados

El programa de oradores sobre emprendimiento atrae a empresarios célebres y exitosos en las industrias de la hospitalidad y el turismo a la institución educativa para discutir ideas, oportunidades y gestión empresarial. Este programa expone a los estudiantes a experiencias únicas, lecciones que se adquieren y problemas y desafíos experimentados por los empresarios en situaciones de la vida real. Los estudiantes de los grupos pueden interactuar directamente con los emprendedores para compartir experiencias e intereses (Norasmah,

Othman, & et al, 2008). Los modelos a seguir han sido reconocidos en general como una fuente importante de “aprendizaje indirecto” (Bandura, 1986). Sobre la base de las entrevistas y el grupo focal, los disertantes admitieron que este enfoque es una de las formas más efectivas de entregar el conocimiento empresarial.

Otra práctica es hacer que los estudiantes encuentren su "propio" modelo empresarial a seguir para entrevistar sobre sus experiencias y luego informar a la clase. La idea detrás de esto último es que será más probable que los estudiantes elijan modelos a seguir con los que puedan relacionarse y, por lo tanto, sean más realistas para ellos. De cualquier manera, los estudiantes tienen la oportunidad de contactar a un representante de la industria y recibir futuras oportunidades de empleo (Volkman et al., 2009). Debido a que este método puede proporcionar información de primera mano, puede atraer la atención de los estudiantes. Sin embargo, el costo de invitar a oradores invitados y su disponibilidad para ir a las instituciones a dar seminarios puede ser una preocupación.

5.2.2. Visitas de negocios y excursiones

Las visitas de campo a menudo comprenden hoteles, restaurantes, agencias de viajes y otras empresas turísticas que generalmente organizan los profesores o la administración de la institución educativa. Esta práctica proporciona a los estudiantes y profesores información actualizada sobre las últimas tendencias en la industria de viajes y hospitalidad. HTP siempre se basa en brindar experiencias a otros, por lo tanto, las visitas de campo permitirían a los estudiantes recibir información valiosa de primera mano sobre negocios específicos, que pueden usar mientras preparan sus planes de negocios (Sandage, Cook, Hill, Strawn y Reimer, 2008) . Al mismo tiempo, las visitas de campo podrían brindar retroalimentación de las partes interesadas del negocio sobre cómo se debe ajustar el programa de enseñanza para que corresponda a las necesidades de la industria. A pesar de sus ventajas, existen algunos desafíos en el uso del método. Encontrar empresas participantes de la industria y obtener una

cooperación total puede ser difícil. Además, una sola excursión no servirá para el propósito. Para comprender completamente la experiencia, se requieren bloques de conocimiento que se aprenden durante un período de tiempo determinado (Sandage et al., 2008).

5.3. Métodos experienciales

5.3.1. Proyecto de consultoría

En este método, las empresas asociadas de la industria del turismo y la hospitalidad permiten que un grupo de estudiantes de instituciones actúen en un rol de consultoría para manejar asuntos específicos de negocios y gestión. Los estudiantes llevan a cabo investigación y desarrollo tanto dentro como fuera de la empresa participante y aprenden al manejar esos problemas de manera profesional. Con este método se pueden lograr varios resultados. Incluyen una mayor comprensión del contexto real de la vida empresarial, aprender a aplicar conceptos teóricos en acciones y mejorar la resolución de problemas, las comunicaciones y las habilidades interpersonales (Ardley & Taylor, 2010). A pesar de sus ventajas, este método puede tener algunas dificultades. Desarrollar contactos y relaciones con empresas de turismo y hotelería puede ser un obstáculo y una pérdida de tiempo. Las empresas pueden no estar dispuestas a cooperar debido a la confidencialidad de la información. Además, los gerentes pueden estar ocupados para acercarse y no cooperar para proporcionar información esencial.

5.3.2. Project-based learning (PBL)

Según Henry, Hill y Leitch (2003) y Johannisson, Halvarsson y Löfstål (2001), un enfoque de aprendizaje basado en proyectos es más eficaz para enseñar el espíritu empresarial que los estudios de casos. Se dice que un enfoque en los proyectos propios de los estudiantes aumenta la motivación de los estudiantes (Kailer, 2010; Welter & Heinemann, 2007),

debido a la participación emocional e intelectual y su relevancia personal para el estudiante (Robinson & Malach, 2007). Robinson y Malach (2007) y Deale (2016) señalaron que los estudiantes también deben aprender a lidiar con situaciones inciertas, complejas y estresantes. Salir de la zona de confort y trabajar bajo presión es una importante experiencia de aprendizaje para los futuros emprendedores (Robinson & Malach, 2007). Las actividades de aprendizaje experimentales y basadas en la acción, seguidas de la reflexión, pueden ayudar a los estudiantes a desarrollar confianza en sus habilidades individuales y de equipo (Deale, 2016; Jones, 2010) porque trabajan en entornos comerciales reales.

5.3.3. Counselling/mentoring

Zachary (2000) describe a un mentor como un "guía en el costado" en lugar de un "sabio en el escenario". Sin embargo, un mentor se puede definir como un asesor, maestro, confidente, defensor y amigo de confianza que se puede asignar formalmente para trabajar o estudiar. Cada uno de estos mentores aporta diferentes experiencias y roles, por lo tanto, es importante que uno comprenda y establezca esta relación única de mentoría desde el principio. La tutoría está diseñada para facilitar el crecimiento personal y profesional de un aprendiz, con la voluntad del mentor de compartir ideas y conocimientos. Esta noción de asociación de aprendizaje o paradigma centrado en el aprendizaje permite que el enfoque esté en el aprendiz en lugar de la enseñanza de habilidades o procedimientos específicos. Elegir trabajar con un entrenador o mentor capacitado puede ayudar a las personas a lograr sus objetivos y aumentar su eficacia en el trabajo o tarea en particular en la que están involucrados (Deale, 2016). Los beneficios para el mentor incluyen oportunidades para ser estimulado por una relación desafiante, desarrollar habilidades, conocimientos y actitudes necesarias para la implementación exitosa del procedimiento de calidad, incluidas revisiones de temas y ejercicios de evaluación comparativa. Además, el mentor también puede mejorar las habilidades organizacionales y la reputación y aprender del aprendiz y analizar la propia base teórica a través de la exploración de temas

relacionados con la enseñanza, el aprendizaje, la valoración y la evaluación.

5.3.4. Formación práctica y trabajo con emprendedores

El objetivo principal de la formación práctica es permitir que los estudiantes trabajen durante un período de tiempo en una empresa real de hostelería y turismo para que puedan adquirir la experiencia laboral de la vida real. A través de los programas de pasantías, los estudiantes adquieren conciencia del mundo empresarial y aprenden las habilidades fundamentales para iniciar o administrar un negocio (Cheung, 2008). Chen y Shen (2012) argumentaron que las prácticas son más exitosas que otras en la preparación de los estudiantes para una carrera empresarial. El concepto de estar en el entorno laboral real también se conoce como aprendizaje situado, que puede expresarse como aprendizaje cognitivo (Olsen & Mykletun, 2012).

Los aprendizajes cognitivos brindan a los estudiantes la oportunidad de adquirir y desarrollar conocimientos aprendiendo de una persona capacitada. Presenta a los alumnos un contexto real de práctica centrándose en la importancia del contexto auténtico visto en el trabajo en equipo, la interacción y la toma de decisiones en la creación de la propuesta de valor del servicio (Chan, Miller y Monroe, 2009). Los aprendizajes son una opción natural para HTP, ya que ofrecen educación empresarial adaptada a una industria específica.

Aunque el aprendizaje se considera muy efectivo en HTP, un estudio de propietarios de pequeñas empresas en los EE. UU. indicó cierto desacuerdo sobre en qué aspectos de los programas se debe enfatizar (Elmuti, Khoury y Omran, 2012). Algunos dueños de negocios colocaron el presupuesto y la gestión del flujo de caja como los más importantes, mientras que otros clasificaron la gestión de personas como su prioridad. Como tal, podemos concluir que el contenido, la estrategia y la evaluación de la eficacia de los aprendizajes quedan en gran medida por investigar.

5.3.5. Empieza tu propio negocio

El método Comience su propio negocio a menudo está diseñado para ayudar a las personas con experiencia o habilidades laborales limitadas, que es el caso de la mayoría de los estudiantes universitarios. Incluye la actividad común de iniciar y operar un negocio real, como el tamaño del equipo, la cantidad de capital inicial, el tiempo de planificación, el tiempo de operación y la gestión del presupuesto (Malach & Malach, 2014). En este programa se alienta a los estudiantes a tomar riesgos y probar cosas nuevas y luego reflexionar sobre los resultados de sus esfuerzos para comprender por qué lograron y no lograron algún resultado deseado (Politis & Gabrielsson, 2009). Muy pocas universidades e instituciones de aprendizaje han adoptado este método debido a su riesgo y complejidad (Dhliwayo, 2008). Entre esas pocas instituciones se encuentran Babson College, Stanford School of Business, MIT Sloan School of Management, The London Business School y The National University of Singapore, donde se pidió a los estudiantes que crearan y dirigieran pequeñas empresas en el campus y trabajaran en pequeños trabajos de consultoría. Dada la importancia de este método, Neck, Greene y Brush (2014) pidieron una reforma en EE para incluir el programa de inicio de su propio negocio. Sin embargo, es importante tener en cuenta que el programa para iniciar su propia empresa tiene un alcance muy limitado, ya que se centra en la creación de empresas y las pequeñas empresas.

6. MÉTODOS PRÁCTICOS DE ENSEÑANZA DEL PROGRAMA DE EDUCACIÓN EN EMPRENDIMIENTO EN HOSPITALIDAD Y TURISMO

Uno de los mayores desafíos en la enseñanza es enseñar una materia estandarizada o atender las necesidades de los estudiantes (Darling-

Hammond, 2012). Dentro de EE, la materia estandarizada enfatiza la teoría, los pensamientos científicos y la adquisición de conocimientos, mientras que el enfoque de los estudiantes enfatiza los métodos prácticos y empresariales, la creación de valor y la acción. El primero es predecible, fácil de medir, cumple con los “requisitos” del procedimiento de las IES y denota un aprendizaje pasivo (como cualquier otro curso), mientras que el segundo es impredecible, difícil de medir, no se ajusta a los procedimientos institucionales, es costoso y requiere un aprendizaje activo. Aunque desafiante, el objetivo principal de una EE en HTP es lograr un énfasis integrado de ambos enfoques.

Esto se puede ilustrar con la declaración de Bill Bygrave (1993), Director de Estudios Empresariales en Babson College, donde afirmó: “Hay dos formas de arruinar un curso de emprendimiento. La primera forma es hacer que consista enteramente en la aplicación práctica. La segunda forma es que sea enteramente teoría”. Razonamos que la efectividad del método de enseñanza depende del objetivo empresarial y la experiencia previa del estudiante. Sin embargo, encontrar una combinación perfecta de métodos de enseñanza no es fácil. Al integrar una miríada de enfoques, puede confundir a los instructores y dificultar su administración. Una posible solución a esta situación es combinar las demandas del tema mientras se integra el lado práctico del mismo.

Coincidimos con Gedeon (2014) y Valliere, Gedeon y Wise (2014) en que al diseñar un programa de emprendimiento, especialmente dentro de HTP, es crucial tener una definición adecuada del objetivo del programa. Sin una buena comprensión de la ontología, será difícil enseñar y evaluar la efectividad del curso. En general, EE está diseñado para exponer de qué se trata el espíritu empresarial, maximizar el potencial para estimular los atributos y la percepción empresarial y, finalmente, equipar a los estudiantes con la acción. Sin embargo, dentro de la literatura actual de EE, hay un fuerte énfasis en enseñar “para” en oposición a “sobre”. Esto se puede ver en los comentarios, argumentos y comentarios sobre los métodos de enseñanza específicos, en particular el enfoque tradicional que no logró nutrir a los estudiantes para que se convirtieran en

empresarios. Olsen y Mykletun (2012) argumentaron claramente que debería haber un fuerte énfasis en enseñar "para" en lugar de "sobre" en EE.

Proponemos que debe haber una progresión continua de desarrollo empresarial en el programa de emprendimiento en HTP. En el nivel "fundamental" de EE, es probable que más estudiantes se inscriban en el curso. Como el énfasis en esa etapa es proporcionar el conocimiento teórico necesario, las conferencias masivas brindan la practicidad y la "cobertura" de transmitir el conocimiento. Las aulas deben ser un mundo de ideas en el que los estudiantes aprendan teorías que les enseñen lo que deben hacer para tener éxito (Fiet, 2001). Sin embargo, a medida que aumenta la tasa de "deserción" en el curso, es posible realizar grupos de aprendizaje más pequeños que se centren en el aspecto interactivo del aprendizaje. Los estudiantes en esta etapa están más motivados por métodos de enseñanza más dinámicos, como juegos de negocios y simulación, entrevistas con empresarios turísticos de alto crecimiento, conferencias de empresarios turísticos, estudios de casos prácticos y técnicas grupales y de equipo para crear nuevas ideas de negocios (Ahmad , 2015). Cuando los estudiantes alcanzan la cima de la etapa de creación de empresas, se trata de estudiantes muy motivados que pueden desear probar más sus ideas. Los métodos experienciales como el asesoramiento y la formación práctica son muy adecuados para este fin.

Los cursos 'For' se enfocan en crear mentalidades emprendedoras y explorar cómo se siente ser un emprendedor. El espíritu empresarial "Acerca de" tiende a basarse en una pedagogía tradicional de conferencias y libros de texto para explorar tendencias con pequeñas empresas y sectores y, por lo tanto, se evalúa a través de métodos más tradicionales de exámenes escritos. Dentro de esta clasificación, estos cursos se imparten utilizando pedagogías claramente diferentes, además de ser evaluados de manera diferente; con la enseñanza 'para' refiriéndose a la focalización constante de la práctica de aprender en el 'saber cómo', el 'saber quién' y la 'necesidad de saber'.

Argumentamos que estudiar a un solo emprendedor (a través de oradores invitados y entrevistas) no puede explicar de manera efectiva las diferencias en contingencias y recursos que debe manejar el emprendedor (Fiet, 2001). Dado que existe una alta tasa de fracaso entre los nuevos empresarios, enseñar a los estudiantes a modelar sus esfuerzos según esta población parece irracional. También es difícil concluir que podemos aprender mucho del estudio de aquellos que sobreviven debido a factores mediadores como la suerte y el sesgo. Sugerimos precaución al utilizar empresarios como oradores invitados si nuestro propósito es enseñar a los estudiantes lo que deben hacer para tener éxito. Sin embargo, los empresarios, con la ayuda de académicos, deberían poder desarrollar marcos de contingencia en los que examinen hechos y hagan predicciones basadas en conocimientos adquiridos desde perspectivas teóricas divergentes.

En consecuencia, es importante comprender cómo se produce el aprendizaje, ya que es fundamental para el desarrollo de una estrategia eficaz de enseñanza y aprendizaje empresarial. Una clasificación de aprendizaje ampliamente referida en educación se basa en Bloom (1956). La taxonomía de Bloom (1956) divide los objetivos educativos en tres "dominios" superpuestos: cognitivo (conocimiento), afectivo (actitud) y psicomotricidad (habilidades).

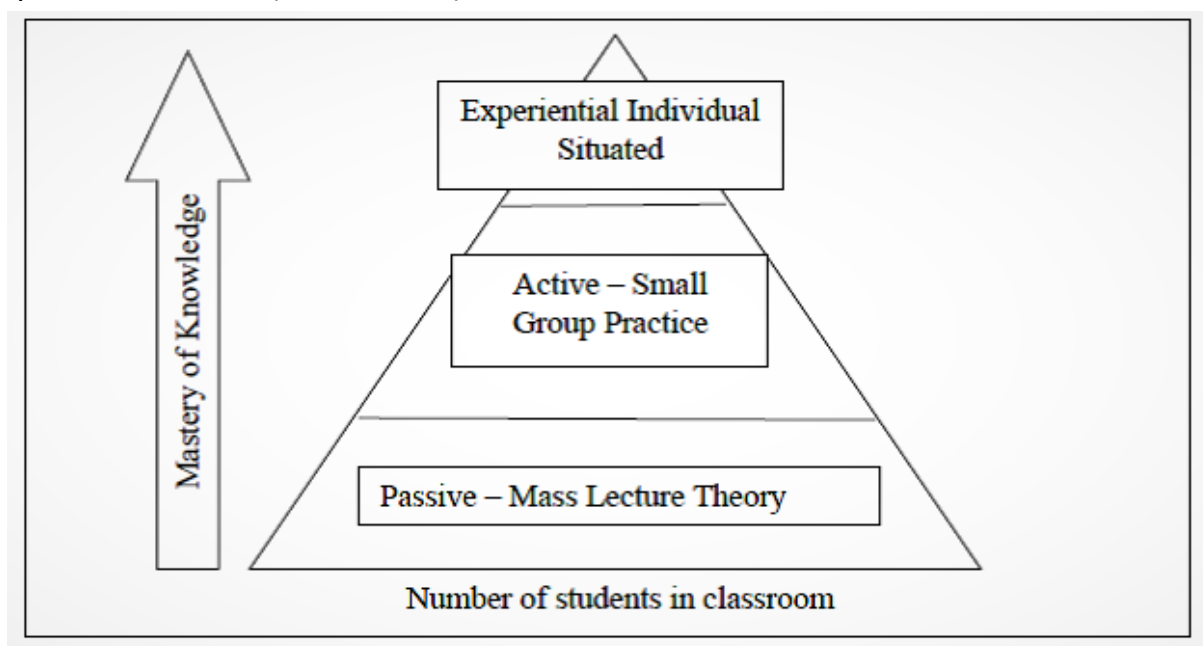


Figura1. Jerarquía de los métodos de aprendizaje.

Cada dominio se explora como una jerarquía, que se construye en complejidad. Para desarrollar el dominio de cualquiera de estos dominios, primero se aprenden las habilidades de nivel inferior; ya que el dominio se crea a partir del trabajo desde los niveles más bajos hasta los más altos. Una apreciación completa de este modelo impacta claramente en la estrategia de aprendizaje que debe emplearse para apoyar el aprendizaje efectivo de los estudiantes. Por ejemplo, para lograr objetivos cognitivos más bajos, como la transmisión de hechos o conocimientos, las técnicas de instrucción masiva (principalmente el enfoque pasivo, como las conferencias) son las más efectivas. Para cumplir con el objetivo de afectivo, se requiere la participación de los estudiantes en el proceso de aprendizaje, lo que se logra de manera más efectiva en enfoques innovadores (como las simulaciones de negocios). Finalmente, para lograr las habilidades exigidas en la industria específica, los enfoques experienciales son los más efectivos (como el aprendizaje y la capacitación práctica).

Basado en la taxonomía de Bloom, se elige el enfoque correspondiente de pasivo, activo o experiencial. Para el nivel cognitivo, el énfasis está en el desarrollo del conocimiento (temas relacionados con el espíritu empresarial). Por lo tanto, las técnicas de instrucción masiva, como las conferencias, son más efectivas para transmitir información para recordar. A medida que el nivel avanza hacia el afectivo, se debe elegir un método más apropiado para nutrir los atributos empresariales destinados a los estudiantes. Se podrían utilizar métodos como simulaciones de negocios y proyectos de consultoría. Con respecto a la psicomotricidad, se sugieren métodos más prácticos que enfatizan el conocimiento experiencial. En la industria de la hospitalidad y el turismo, esta es una etapa importante donde se enfatizan los métodos prácticos y experienciales (aprendizaje situado) (Olsen & Mykletun, 2012). En resumen, argumentamos que comprender el objetivo del programa y la taxonomía del aprendizaje es la base de una estrategia eficaz de enseñanza y aprendizaje de la EA en HTP. La figura 1 ilustra nuestra discusión sobre la jerarquía de los métodos de aprendizaje.

Con base en las discusiones elaboradas y el análisis del tema, la Tabla 1 resumió varios métodos pedagógicos y sus clasificaciones. Se puede concluir que cada método de enseñanza tiene sus propias fortalezas y limitaciones.

7. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

El objetivo principal de este documento fue discutir y resaltar cuestiones relacionadas con la eficacia de los métodos actuales de enseñanza de EA en HTP. Se pueden sugerir una serie de conclusiones y recomendaciones basadas en nuestro análisis. Argumentamos que los “orígenes” hacia las discusiones elaboradas sobre la eficacia de la enseñanza en EA, en particular las críticas hacia los enfoques pasivos o tradicionales, se deben al sesgo hacia el objetivo “para” el emprendimiento. Para empeorar las cosas, no hay consistencia entre los educadores de emprendimiento sobre cómo debería ser un programa o curso completo. Estos argumentos se basaron en un análisis de 18 cursos de emprendimiento diferentes proporcionados por participantes en un retiro para académicos de emprendimiento, que mostró que el curso cubre 116 temas diferentes (Fiet, 2001). El contenido de los cursos varía tanto que es difícil concluir si tienen un propósito común (Fiet, 2001). Académicos recientes (Olsen y Mykletun, 2012; Van der Sluis, Van Praag y Vijverberg, 2008; Weaver, Dickson y Solomon, 2005) han expresado la misma preocupación de que los instructores de emprendimiento enseñan diferentes cosas bajo el mismo paraguas de cursos de emprendimiento.

El programa de EE en HTP debe desarrollarse con base en el marco que incluye un objetivo común, que correspondería a la taxonomía de aprendizaje y la metodología de enseñanza relacionada. Cada método de enseñanza tiene sus propios méritos y limitaciones. A pesar de las enormes críticas a los enfoques tradicionales, es interesante notar que el método de enseñanza utilizado con mayor frecuencia en el aula en muchos países sigue siendo relativamente tradicional. Estos hallazgos confirman los de Hytti y O’Gorman (2004), quienes analizaron 50

programas de educación empresarial dirigidos a todos los niveles de educación en Austria, Irlanda y el Reino Unido que los métodos de enseñanza utilizados (en frecuencia decreciente) son los siguientes: “ métodos de enseñanza tradicionales, simulaciones empresariales, talleres, asesoramiento/tutoría, establecimiento de una empresa, visitas de estudio, juegos y concursos, y formación práctica. Una razón plausible para esto podría ser los propios objetivos de EE. Un estudio de 15 de los principales programas de educación empresarial de EE. UU. encontró que el objetivo principal de la mayoría de los programas era aumentar la conciencia y la comprensión del espíritu empresarial como un proceso (Hamidi, Wennberg y Berglund, 2008). El segundo objetivo principal era aumentar la conciencia de los estudiantes sobre el espíritu empresarial como una posibilidad de carrera. Esto ilustra nuestro argumento de que los métodos de enseñanza apropiados dependen en gran medida de la etapa y el objetivo del aprendizaje empresarial.

Table 1
Classifications of teaching methods adopted in entrepreneurship education.

Objective	Approach	Domain	Implication	Method	Strengths	Limitations
About	Passive	Cognitive	Description	Lecture and Exam	• Can provide up-to date information • Easier to control class • Can focus on specific issues ad topics • Course materials can be easily updated • Face-to face interaction	• Potential of low students' participation • Less effective with students who prefer active learning experimentation
				Case Study	• Illustrate real business context • Effective in linking theory and practice • Improve problem solving and decision making skills • Interactive educational process • engages students' minds and enhances their learning more	• Outdated case material • No best answers/solutions • Require much time of discussions • Instructor can dominate the discussions
				Business Plan	• Create business strategy • Can improve writing skills • Involves preparation and research	• Difficult to access information • Students may seek additional guidance
In	Active	Affective	Prediction	Business Simulation Games	• Provides hands-on learning experience • Effective in developing team-work skills • Able to see the effects of decision • May provide latest information from the industry • Real life examples • First-hand information • Connect to real world • Allow students to observed real business environment	• Costly • Can be time-consuming • Lack of realism • Costly • May not connect theory to practice
				Guest Speaker	• May provide latest information from the industry • Real life examples • First-hand information • Connect to real world • Allow students to observed real business environment	• Costly • May not connect theory to practice
				Business Visits and Field Trips	• Connect to real world • Allow students to observed real business environment	• Difficult to access to companies
For	Experiential	Psychomotor	Action	Consultancy Project	• Develops research skills • Lead to contact with business community • Develops problem-solving skills • Put knowledge into practice • Students may work independently • May develop team-work skills • Provides hands-on guidance • Focus discussion • Lead to direct contact with business people • Improves communication skills • Direct observation of business activities • Independent learning process	• Companies may not be cooperative • Not suitable for undergraduate students • Students may unable to propose meaningful recommendations • Students can lose direction
				Problem-based Learning	• Put knowledge into practice • Students may work independently • May develop team-work skills • Provides hands-on guidance • Focus discussion • Lead to direct contact with business people • Improves communication skills • Direct observation of business activities • Independent learning process	• Companies may not be cooperative • Not suitable for undergraduate students • Students may unable to propose meaningful recommendations • Students can lose direction
				Counselling/Mentoring	• Provides hands-on guidance • Focus discussion • Lead to direct contact with business people • Improves communication skills • Direct observation of business activities • Independent learning process	• Students may experience a sense of tight control • Difficult to access students' learning • Companies may not be cooperative • May be difficult to access students' performance at the companies
				Practical Training and Working with Entrepreneurs	• Lead to direct contact with business people • Improves communication skills • Direct observation of business activities • Independent learning process	• Companies may not be cooperative • May be difficult to access students' performance at the companies

Derived from Ahmad (2015); Balan (2014); Biagio and Mark (2014); Fatoki (2014); Arasti et al. (2012); Darling-Hammond (2012); Smith et al. (2010); Cheng et al. (2009); Béchard, J.-P., and Grégoire, D. (2007); Carrier (2007); Okumus and Wong (2005).

Fiet (2000) explica que los instructores confían en los métodos basados en conferencias porque se pueden lograr fácilmente y requieren menos inversión. Por otro lado, en un sentido práctico, la mayoría de los métodos de enseñanza basados en la acción defendidos son costosos y de alguna

manera no están bien alineados con el sistema universitario convencional de enseñanza (Mwasalwiba, 2010). Por lo tanto, sería contraproducente continuar argumentando que un método de enseñanza en particular es ineficaz para “activar” a los estudiantes para que se conviertan en emprendedores. Tampoco vale la pena seguir recibiendo comentarios de los estudiantes de que un método de enseñanza en particular es “aburrido” e ineficaz simplemente porque los estudiantes no “ven” ni “obtienen” los beneficios inmediatos. Cada método de enseñanza tiene un propósito particular y es importante para complementar el proceso general de emprendimiento. Con base en el análisis y la discusión de este documento, parece que los atributos clave para la eficacia de la enseñanza en EA deben basarse en la base de la EA construida sobre una definición y objetivos claros, un enfoque de aprendizaje y una etapa empresarial. Al mismo tiempo, los educadores en emprendimiento deben tener un rico repertorio de estrategias de enseñanza, la capacidad de combinar enfoques y el conocimiento de cómo y cuándo usar ciertos métodos y estrategias. Encontrar el equilibrio adecuado es especialmente importante en el plan de estudios de HTP, ya que la industria es muy práctica, más orientada al servicio y práctica en comparación con la mayoría de los campos.

Finalmente, las instalaciones de las IES y las propias “reglas” y procedimientos de enseñanza limitan la posible introducción de cualquier pedagogía de enseñanza “innovadora”. Los métodos de enseñanza no tradicionales, como invitar a oradores invitados y modelos de roles comerciales, simulaciones comerciales y estudios de campo, rara vez se utilizan debido a la complejidad del procedimiento (Fatoki, 2014). Para equipar adecuadamente a los estudiantes para sus futuras carreras, es necesario expandir las pedagogías e introducir enfoques innovadores, fomentando las actividades dirigidas por los estudiantes en el aula para fomentar la participación en el proceso de aprendizaje y enfatizar la importancia de las teorías subyacentes (Deale, 2016) . Las IES deben ser más flexibles y acomodativas para permitir que los instructores de emprendimiento experimenten en las aulas.

En última instancia, creemos que se deben realizar más estudios para determinar la efectividad del método de enseñanza respectivo. Los estudios futuros deben aclarar la relación de los factores relevantes con la efectividad de la pedagogía elegida. Olsen y Mykletun (2012) argumentaron que para una educación emprendedora efectiva debe haber una relación entre los objetivos del programa de emprendimiento, las audiencias a las que se imparte el programa, el contenido de los cursos de emprendimiento, el método de impartición o pedagogía y, finalmente, el método de evaluación. Estos temas se estudiaron de forma aislada o no se discutieron en estudios previos. Esperamos que la discusión en este documento sea útil para proporcionar un análisis de las direcciones de la investigación publicada y también para establecer una agenda de investigación futura.

FUENTES

- Ahmad, S. Z. (2015). Entrepreneurship education in tourism and hospitality programs. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 27(1), 20–29.
- Arasti, Z., Falavarjani, M., & Imanipour, N. (2012). A study of teaching methods in entrepreneurship education for graduate students. *Higher Education Studies*, 2(1), 2–10.
- Ardley, B., & Taylor, N. (2010). The student practitioner: Developing skills through the marketing research consultancy project. *Marketing Intelligence & Planning*, 28(7), 847–861.
- Balan, S. M. (2014). Methods and means used in teaching entrepreneurship in high school can improve entrepreneurial skills. *International Journal of Management*, 5(7), 51–61.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

- Béchard, J.-P., & Grégoire, D. (2007). Archetypes of pedagogical innovation for entrepreneurship in higher education: Model and illustrations. In A. Fayolle (Ed.). Handbook of research in entrepreneurship education volume 1: A general perspective (pp. 261–284). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Bechard, J. P., & Toulouse, J. M. (1998). Validation of a didactic model for the analysis of training objectives in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 317–332.
- Bennett, R. (2006). Business lecturers' perception of the nature of entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 12(3), 165–188. <https://doi.org/10.1108/13552550610667440>.
- Biagio, P., & Mark, U. (2014). Is the case study method an effective pedagogical method for students to learn the fundamentals of financial accounting? *Proceeding american society of business and behavioral sciences*, 21st annual conference, las vegas february 20–23. Available [http://asbbs.org/files/ASBBS2014/PDF/P/Pilato_Ulrich\(P541-554\).pdf](http://asbbs.org/files/ASBBS2014/PDF/P/Pilato_Ulrich(P541-554).pdf).
- Bill Bygrave, W. D. (1993). Personal conversation quoted in Fiet, J.O. (2000). The pedagogical side of entrepreneurship theory. *Journal of Business Venturing*, 16, 101–117.
- Bloom, B. S. (1956). (The Cognitive Domain, Longman London) *Taxonomy of educational objectives*, Vol. 1.
- Bosma, N., & Levie, J. (2010). *Global entrepreneurship monitor: 2009 global report* Boston, MA: Global Entrepreneurship Research Association.
- Brizek, M., & Khan, M. (2008). Understanding corporate entrepreneurship theory: A literature review for culinary/food service

academic practitioners. *Journal of Culinary Science & Technology*, 6(4), 221–255.

- Brockhaus, R. H., Hills, G. E., Klandt, H., & Welsch, H. P. (Eds.). (2001). *Entrepreneurship education: A global view*. Aldershot: Ashgate Publishing Limited.
- Carrier, C. (2007). Strategies for teaching Entrepreneurship: What else beyond lectures, case studies and business plan? In A. Fayolle (Vol. Ed.), *Handbook of research in entrepreneurship education*. Vol. 1. *Handbook of research in entrepreneurship education* (pp. 143–159). Cheltenham (UK): Edward Elgar Publishing.
- Chan, P., Miller, R., & Monroe, E. (2009). Cognitive apprenticeship as an instructional strategy for solving corporate training challenges. *TechTrends: Linking Research and Practice to Improve Learning*, 53(6), 35–41.
- Chen, T., & Shen, C. (2012). Today's intern, tomorrow's practitioner? – The influence of internship programmes on students' career development in the hospitality industry. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 11(1), 29–40.
- Cheng, M. Y., Chan, W. S., & Mahmood, A. (2009). The effectiveness of entrepreneurship education in Malaysia. *Education+Training*, 1(7), 555–566.
- Cheung, C. (2008). Entrepreneurship education in Hong Kong's secondary curriculum. *Education+Training*, 50, 500–515.
- Chief Scientist (2015). Australian government office of the chief scientist. Boosting High-impact Entrepreneurship in Australia: A Role for Universities. Available <http://www.chiefscientist.gov.au/wp-content/uploads/Boosting-High-Impact-Entrepreneurship.pdf>.

- Darling-Hammond, L. (2012). Creating a comprehensive system for evaluating and supporting effective teaching. Stanford, CA: Stanford Center for Opportunity Policy in Education.
- Deale, C. S. (2016). Entrepreneurship education in hospitality and tourism: Insights from entrepreneurs. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 16(1), 20–39.
- Deale, C., O'Halloran, R., Jacques, P., & Garger, J. (2010). An examination of current hospitality and tourism teaching methods. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 22(2), 20–29.
- Dhliwayo, S. (2008). Experiential learning in entrepreneurship education: A prospective model for south african tertiary institutions. *Education+Training*, 50(4), 329–340.
- Dickerson, P., & Nash, B. A. (1999). Nurse entrepreneurs as educators. *American Journal of Nursing*, 99, 25–26.
- Echtner, C. M. (1995). Entrepreneurial training in developing countries. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 119–134.
- Elmuti, D., Khoury, G., & Omran, O. (2012). Does entrepreneurship education have a role in developing entrepreneurial skills and venture effectiveness? *Journal of Entrepreneurship Education*, 15, 83.
- Fatoki, O. (2014). An examination of the teaching methods for entrepreneurship at a south african university. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(23), 512–518.
- Fayolle, A. (2007). Essay on the nature of entrepreneurship education. [Online] Available http://www.kmu.unisg.ch/rencontres/RENC2006/Topics06/A/Rencontres_2006_Fayolle.pdf.

- Fayolle, A., & Gailly, B. (2008). From craft to science: Teaching models and learning Processes in Entrepreneurship Education. *Journal of European Industrial Training*, 32(7), 569–593.
- Fiet, J. O. (2000). The pedagogical side of entrepreneurship theory. *Journal of Business Venturing*, 16, 101–117.
- Fiet, J. (2001). The theoretical side of teaching entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 1.
- Gedeon, S. A. (2014). Application of best practices in university entrepreneurship Education: Designing a new MBA program. *European Journal of Training and Development*, 38(3), 231–253.
- Gendron, G. (2004). Practitioners' perspectives on entrepreneurship education. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 302–314.
- Gibb, A. (2005). Towards the entrepreneurial university: Entrepreneurship education as a lever for change. Policy Paper No. 003Birmingham: National Council for Graduate Entrepreneurship.
- Gibb, A., & Price, A. (2014). A compendium of pedagogies for teaching entrepreneurship. International entrepreneurship educators programme. ncee.org.uk/wpcontent/uploads/2013/.../Compendium-of-Pedagogies.pdf.
- Gose, B. (1997). A crafts program teaches students the fine art of making a living. *Chronicle of Higher Education*, B8–B9.
- Gurel, E., Altinay, L., & Daniele, R. (2010). Tourism students' entrepreneurial intentions. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 646–669.

- Hamidi, D. Y., Wennberg, K., & Berglund, H. (2008). Creativity in entrepreneurship education. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development*, 15(2), 304–320.
- Handscombe, R. D., Rodriguez-Falcon, E., & Patterson, E. A. (2008). Embedding enterprise in science and engineering departments. *Education+Training*, 50, 615–625.
- Harkema, S., & Schout, H. (2008). Incorporating student-centred learning in innovation and entrepreneurship education. *European Journal of Education*, 43(4), 513–526. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1465-3435.2008.00372.x>.
- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2003). *Entrepreneurship education and training*. Aldershot: Ashgate.
- Henry, C., & Treanor, L. (2010). Entrepreneurship education and veterinary medicine: Enhancing employable skills. *Education + Training*, 52(8/9), 607–623.
- Hindle, K. (2007). Teaching entrepreneurship at university: From the wrong building to the right philosophy. In A. Fayolle (Vol. Ed.), *Handbook of research in entrepreneurship education*. Vol. 1. *Handbook of research in entrepreneurship education* (pp. 143–159). Cheltenham (UK): Edward Elgar Publishing.
- Honig, B. (2004). A contingency model of business planning. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 258–273.
- Hospitalitynet (2016). *Hospitality: A world of opportunities for young entrepreneurs*. Available <http://www.hospitalitynet.org/news/4076923.html>.
- Hunt, Barbara C. (2009). *Teacher effectiveness: A review of the international literature and its relevance for improving education in Latin America*. Washington, DC: PREAL.

- Hytti, U., & O'Gorman, C. (2004). What is “enterprise education”? An analysis of the objectives and methods of enterprise education programmes in four European countries. *Education+Training*, 46(1), 11–23.
- Ismail, M. Z. (2010). Developing entrepreneurship education: Empirical findings from Malaysian polytechnics. Unpublished Ph.D. Thesis. University of Hull <http://ethos.bl.uk/OrderDetails.do?uin=uk.bl.ethos.519234>.
- Jamieson, I. (1984). Schools and enterprise. In A. G. Watts, & P. Moran (Eds.). *Education for enterprise, careers research and advisory centre (CRAC)* (pp. 19–27). Cambridge.
- Johannisson, B., Halvarsson, D., & Löfstål, E. (2001). Stimulating and fostering entrepreneurship through university training - learning within an organizing context. In R. H. Brockhaus, G. E. Hills, H. Klandt, & H. P. Welsch (Eds.). *Entrepreneurship education: A global view* (318–340). Aldershot: Ashgate Publishing Limited.
- Jones, C. (2010). Entrepreneurship education: Revisiting our role and its purpose. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17(4), 500–513.
- Jones, C., & English, J. (2004). A contemporary approach to entrepreneurship education. *Education+Training*, 48, 416–423.
- Kailer, N. (2010). Entrepreneurship education at universities in German-speaking countries: Empirical findings and proposals for the design of university-wide concepts. In A. Fayolle (Ed.). *Handbook of research in entrepreneurship education volume 3: International perspectives* (pp. 248–273). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.

- Keys, B., & Wolfe, J. (1990). The role of business simulation and management games in education and research. *Journal of Management*, 16(2), 307–336.
- Kirby, D. (2004). Entrepreneurship education: Can business schools meet the challenge? *Education+Training*, 46(8/9), 510–519.
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577–598.
- Leenders, M. R., Mauffette-Leenders, L. A., & Erskine, J. A. (2001). *Writing cases* (4th ed.). Ivey Publishing, Ivey Business School.
- Lourenco, F., & Jones, O. (2006). Developing entrepreneurship Education: Comparing traditional and alternative teaching approach. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 4, 111–140.
- Maguire, S., & Guyer, C. (2004). Preparing geography, earth and environmental science students for employment in the enterprise culture. *Journal of Geography in Higher Education*, 28, 369–379.
- Malach, R. L., & Malach, S. E. (2014). Start your own business assignment in the context of experiential entrepreneurship education. *Journal of Higher Education Outreach and Engagement*, 18(1), 169–186.
- Mangan, K. S. (2004). Entrepreneurs in every department. *Chronicle of Higher Education*, 50, A10–A11.
- Marzano, R. (2007). *The art and science of teaching: A comprehensive framework for effective instruction*. Alexandria: ASCD.
- McKeachie, W. J. (2002). *McKeachie's teaching tips: Strategies, research, and theory for college and university teachers*. Boston, MA: Houghton Mifflin.

- McKeown, J., Cindy, M., Srikanth, R. S., Kelly, S., & Lynn, M. (2006). Graduate entrepreneurship education in the United Kingdom. *Education+Training*, 48(8/9), 597–613 London.
- Morrison, A., Carlsen, J., & Weber, P. (2010). Small tourism business research change and evolution. *International Journal of Tourism Research*, 12(6), 739–749.
- Musa, M. B. (2009). Archive for the an education system worthy of Malaysia category. Assessed on 10 March 2016 from <http://www.bakrimusa.com/archives/category/an-education-system-worthy-of-malaysia> .
- Mwasalwiba, E. S. (2010). Entrepreneurship education: A review of its objectives, teaching methods, and impact indicators. *Education+Training*, 52(1), 20–47.
- Neck, H., Greene, P., & Brush, C. (2014). Teaching entrepreneurship: A practice-based approach. Northampton, MA: Edward Elgar.
- Norasmah, Othman, et al. (2008). Entrepreneurial studies in institute of higher Learning: Methods for delivering entrepreneurship education, in enhancing the quality of higher education through Research: Shaping the future. The Ministry of Higher Education, Malaysia (MoHE).
- Okumus, F., & Wong, K. F. (2005). In pursuit of contemporary content for courses on strategic management in tourism and hospitality schools. *International Journal of Hospitality Management*, 24(2), 259–279.
- Olsen, M. A., & Mykletun, R. J. (2012). Entrepretality: Entrepreneurship education in the hospitality industry [Electronic version]. Retrieved [10 March 2016], from

- Cornell University, School of Hospitality Administration site <http://scholarship.sha.cornell.edu/articles/35>.
- Padilla, P. M., White, J. F., Bovee, C., & McQueen, M. E. (2011). An innovative, interdisciplinary healthcare entrepreneurship and innovation program for medical students. USASBE 2011 Proceedings (pp. 48–61). Available from: <http://usasbe.org/knowledge/proceedings/proceedingsDocs/2011/PaperID110.pdf>.
- Pardo, C. A. (2013). Is business creation the mean or the end of entrepreneurship education? A multiple case study exploring teaching goals in entrepreneurship education. *Journal of Technology Management Innovation*, 8(1), 1–10.
- Pittaway, L., & Cope, J. (2006). Entrepreneurship education: A systematic review of the evidence. National Council for Graduate Entrepreneurship. Working Paper 002/2006. 1–33 <http://www.ncge.org.uk/research.php>.
- Politis, D., & Gabrielsson, J. (2009). Entrepreneurs' attitudes towards failure: An experiential learning approach. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 15(4), 364–383.
- Porter, L. W. (1994). The relation of entrepreneurship education to business education. *Simulation & Gaming*, 25(3), 416.
- Rae, D. (2003). Opportunity centered learning: An innovation in enterprise education? *Education & Training*, 45(8/9), 542–549.
- Rae, D., & Carswell, M. (2000). Using a life-story approach in researching entrepreneurial learning: The development of a conceptual model and its implications in the design of learning experiences. *Education & Training*, 42(4/5), 220–228.

- Ratten, V. (2011). Sport-based entrepreneurship: towards a new theory of entrepreneurship and sport management. *International Entrepreneurship Management*, 7, 57–69.
- Read, C., & Kleiner, B. (1996). Which training methods are effective? *Management Development Review*, 9(2), 24–29.
- Rengiah, P. (2013). Effectiveness of entrepreneurship education in developing entrepreneurial intentions among Malaysian university studentsDBA thesis. Lismore, NSW: Southern Cross University.
- Rideout, E., & Gray, D. (2013). Does entrepreneurship education really Work? A review and methodological critique of the empirical literature on the effects of university-based entrepreneurship education. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 329–351.
- Robinson, P., & Malach, S. (2007). Multi-disciplinary entrepreneurship clinic: Experiential education in theory and practice. In A. Fayolle (Ed.). *Handbook of research in entrepreneurship education volume 1: A general perspective* (pp. 173–186). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Ronstadt, R. (1987). The educated entrepreneurs: A new era of entrepreneurial education is beginning. *American Journal of Small Business*, 11(4), 37.
- Sandage, S., Cook, K., Hill, P., Strawn, B., & Reimer, K. (2008). Hermeneutics and psychology: A review and dialectical model. *Review of General Psychology*, 12(4), 344–364. <http://dx.doi.org/10.1037/1089-2680.12.4.344>.
- Sanders, D. P., & McCutcheon, G. (1986). The development of practical theories of teaching. *Journal of Curriculum and Supervision*, 2(1), 50–67.

- Sewell, P., & Pool, L. D. (2010). Moving from conceptual ambiguity to operational clarity: Employability, enterprise, and entrepreneurship in higher education. *Education and Training*, 52(1), 89–94.
- Shepherd, D. A. (2004). Educating entrepreneurship students about emotion and learning from failure. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 274–287.
- Smith, B. R., Kickul, J., & Coley, L. (2010). Using simulation to develop empathy and motivate agency: An innovative pedagogical approach for social entrepreneurship education. In A. Fayolle (Ed.). *Handbook of research in entrepreneurship education volume 3: International perspectives* (pp. 13–24). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Solomon, G. (2007). An examination of entrepreneurship education in the United States. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(2), 168–182.
- Solomon, G. T., Duffy, S., & Tarabishy, A. (2002). The state of entrepreneurship education in the United States: A nationwide survey and analysis. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(1), 65–86.
- Tasnim, N. (2012). Playing Entrepreneurship: Can games make a difference? *Entrepreneurial Practice Review*, 2(4), 4–18.
- Valliere, D., Gedeon, S. A., & Wise, S. (2014). A comprehensive framework for entrepreneurship education. Conference proceedings, EEP entrepreneurship education project conference Tampa Florida 28–29 March 2014.
- Van der Sluis, J., Van Praag, M., & Vijverbery, W. (2008). Education and entrepreneurship selection and performance: a review of the empirical literature. *Journal of Economic Surveys*, 22(5), 795–841.

- Volkmann, C., Wilson, K. E., Mariotti, S., Rabuzzi, D., Vyakarnam, S., & Sepulveda, A. (2009). Educating the next wave of entrepreneurs. Retrieved February 22, 2011, from World Economic Forum https://members.weforum.org/pdf/GEI/2009/Entrepreneurship_Education_Report.pdf.
- Weaver, M., Dickson, P., & Solomon, G. (2005). What is known and not known about the links between education and entrepreneurial activity. The small business economy for data year 2005: A report to the president Washington, DC.
- Welter, F., & Heinemann, D.. Gründerstudie 06/07 der Universität Siegen: Auf dem Weg zur Unternehmer-Uni. (2007). Retrieved March 25, 2011, from Universitätsbibliothek Siegen http://dokumentix.ub.uni-siegen.de/opus/volltexte/2007/293/pdf/Gruenderstudie_cited from Kleemann, M. (2011). Insights in Entrepreneurship Education: Integrating Innovative Teaching Practices. Master Thesis in Business Administration. Jönköping International Business School. Jönköping University.
- White, R. J., Hertz, G. T., & D'Souza, R. (2010). Entrepreneurship education Pedagogy: Using technology to learn about fundable business plans in: 14th annual conference (Ncua) (San Francisco).
- Zachary, L. (2000). The Mentor's guide. San Francisco: Jossey-Bass.

ACERCA DE

La fecha de inicio del servicio en servicio para la Dirección de Educación Nacional del Distrito de Mamak es el año 1984. Las unidades de nuestra administración constan de 9 sucursales y 20 secciones en paralelo con la estructura del Ministerio de Educación Nacional con 652 No. Decreto-Ley

. Estas unidades son la Unidad de Educación Básica, la Unidad de Educación Secundaria, la Unidad de Educación Vocacional y Técnica, la Unidad de Educación Especial y Consejería, la Unidad de Educación Permanente, la Unidad de Construcción y Bienes Raíces, la Unidad de Procesamiento de Datos y Tecnologías Educativas, la Unidad de Desarrollo de Estrategias, la Unidad Legal, la Unidad de Recursos Humanos, y Unidad de Servicios de Apoyo.

La Unidad de administración consta de 1 Director de Educación de Distrito, 9 Administradores de Sucursal, 20 Jefes de Sucursal y 150 empleados. Además, dentro de nuestra administración, hay 12 maestros que están trabajando en empleos de tiempo completo y tiempo parcial. Hay más de 300 instituciones educativas (estatales y privadas) que incluyen escuelas primarias, escuelas secundarias, escuelas primarias y secundarias, escuelas secundarias vocacionales religiosas, escuelas secundarias de Anatolia, escuelas vocacionales, escuelas secundarias vocacionales religiosas, Centros de Ciencias y Artes, Centros de Aplicación de Educación Especial, Centro de Asesoramiento e Investigación, y Centros de Educación Pública.

También hay una Unidad de Investigación y Desarrollo hasta la Sección de Desarrollo de Estrategia dentro de la administración. La Unidad de Investigación y Desarrollo (I+D) consta de 7 personas en total. Los proyectos internacionales y nacionales del distrito son gestionados por coordinadores de proyectos de I+D.

La Dirección Provincial de Educación Nacional de Mamak está tratando de preparar a los niños y jóvenes para la vida con una visión de la percepción de la educación centrada en el ser humano al proporcionar una base para alternativas específicas en sus trabajos. La Dirección continúa a todo vapor en sus trabajos para enmarcar la percepción de que rigen los valores y creencias comunes que comparten los individuos. Está trabajando hacia la recopilación, el procesamiento, la transmisión, el uso de la información y la producción de nueva información.

La autoridad local de la Dirección Nacional de Educación del Distrito de Mamak está trabajando para observar los desarrollos en todas las áreas de la educación para equipar a los estudiantes para que se vuelvan hábiles para competir en una era desafiante para convertirse en una buena persona, un buen profesional y un buen ciudadano para el país, para el todo el mundo. Porque en el siglo XXI la educación es la dimensión fundamental del desarrollo individual, social y universal.

Proyectos completados y en curso dentro del alcance del Proyecto Erasmus+;

- Erasmus+ KA1 VET Staff Mobility, 2014-1-TR01-KA102-004888
- Erasmus+ KA3 Structured Dialog, 2018-2-TR01-KA347-060411
- Erasmus+ KA3 VET, 609050-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-VET-NETPAR, 12 Events for Transnational and National VET networks
- Erasmus+ KA1 VET, 2020-1-TR01-KA102-088189, Avrupa'da Erken Okuryazarlık Stajı
- Erasmus+ KA2 Youth, 2020-3-TR01-KA205-097360, Artificial Intelligence Education for Youth
- Erasmus+ KA2 School, 2020-1-ES01-KA226-SCH-095226, Motivational Meditation Techniques for Favouring Memory and Attention of Students with Visual Impairment
- Erasmus+ KA2 School, 2021-1-ES01-KA210-SCH-000034294, Technological update in school mangement teams TUSIM
- Erasmus+ KA2 Schol, 2021-1-IT02-KA220-SCH-000032518, QUID: Quality, Inclusion & Digitalisation
- Erasmus+ KA2 School, 2021-1-FR01-KA220-SCH-000032655, Inclusive and Sustainable Tourism Gamification in School Education-ISTO

- Erasmus+ KA2 School, 2022-1-FR01-KA220-SCH-000087053, ENABLING School Integration of migrant and refugee children through social and Emotional learning interventions to address psychosocial trauma ENABLE