



SUSTAIN-T

2017-1-ES01-KA202-038128

Turismo sostenible a través del trabajo en red y la colaboración



Módulo 2:
Beneficios socio-económicos del turismo sostenible para las comunidades locales

Tabla de contenidos

Unidad 2.1 Apoyo a la comunidad: empleo local, trabajo decente, igualdad de oportunidades para todos

Unidad 2.2 Apoyo a los empresarios: proveedores y productores locales

Unidad 2.3 Mejora de la calidad de vida de las comunidades locales a través del turismo accesible

Palabras clave

Empleo local; trabajo decente; proveedores locales; turismo accesible; accesibilidad universal.

<p>Objetivos de aprendizaje</p>	<p><i>Como resultado del seguimiento de los materiales de este módulo, se pretende que los participantes obtengan los siguientes resultados de aprendizaje:</i></p> <p>Conocimiento: <i>aprender como las micro y pequeñas empresas turísticas pueden propiciar la creación de trabajo decente y local, con igualdad de oportunidades para todos, así como la forma en que pueden promover la economía local mediante el apoyo a empresas de propiedad local y favorecer la compra local de productos y servicios. Por último, aprender cómo las acciones y las iniciativas de turismo accesible también pueden ser promovidas por estas micro y pequeñas empresas turísticas.</i></p> <p>Habilidades: <i>mejora de la capacidad de las micro y pequeñas empresas turísticas para identificar las principales características y herramientas que pueden ayudarles a promover el trabajo local y decente, el apoyo a los proveedores locales, y la promoción de las empresas accesibles, tanto para los turistas como para la población local.</i></p> <p>Competencias: <i>favorecer la promoción del trabajo decente local, el apoyo a los proveedores locales y la promoción de las empresas accesibles.</i></p>
<p>Métodos</p>	<p><i>El aprendizaje autónomo a través de la lectura y el estudio de los materiales del curso y la consulta de las fuentes y enlaces complementarios que aparecen en los materiales.</i></p>
<p>Tiempo de dedicación</p>	<p><i>Tiempo necesario para:</i></p> <p><i>Aprender los contenidos (auto-estudio): 1,5 horas</i></p> <p><i>Preguntas de autoevaluación: 5 minutos</i></p> <p><i>Un tiempo adicional (en función de los alumnos) es necesario para completar las actividades de aprendizaje y revisar las fuentes y enlaces complementarios.</i></p>

Introducción

Este módulo está relacionado con los beneficios socioeconómicos del turismo sostenible para las comunidades locales. Está estructurado en tres unidades que se refieren a tres aspectos clave de los pilares económico y social del turismo sostenible.

La primera unidad se refiere a cómo dar apoyo a la comunidad mediante la promoción de empleo local, el trabajo decente y la igualdad de oportunidades para todos. Con el objetivo principal de promover la sostenibilidad del sector, las micro y pequeñas empresas turísticas deberían dar alta prioridad a la creación de puestos de trabajo que sean estables, permanentes y de tiempo completo, así como ofrecer beneficios y salarios justos, sin discriminación alguna, y proporcionar oportunidades para los desfavorecidos. Además, si esos trabajos son locales, la contribución del turismo al conjunto de la sostenibilidad del destino es mucho mayor.

La segunda unidad complementa la anterior, explicando cómo las micro y pequeñas empresas turísticas también pueden apoyar a los empresarios a nivel local o de destino. Más concretamente, se trata de las compras locales, el apoyo a los proveedores locales, y el fortalecimiento de los vínculos entre esas empresas. La compra local contribuye a la sostenibilidad económica y ambiental de turismo y la comunidad de acogida, ya que no sólo contribuye a la promoción de productos y productores locales, sino que también ayuda a reducir las importaciones a la zona, así como las emisiones y la contaminación.

Por último, la tercera unidad, habla de mejorar la calidad de vida de las comunidades locales a través del turismo accesible. Aquí, se analizan conceptos como turismo accesible y accesibilidad universal, y se explica cómo pueden ser llevados a la práctica por parte de una micro o pequeña empresa turística. El enfoque de la introducción de la accesibilidad en el sector turístico ofrece la posibilidad de ampliar el público objetivo sin la necesidad de especializarse o reorientar el negocio. El objetivo es crear una oferta integradora basada en la oferta existente, ya que las personas con necesidades de accesibilidad (ancianos, discapacitados o familias con niños pequeños), tienen los mismos deseos y necesidades de viaje como el resto de la población.

Contenidos

2.1 Apoyo a la comunidad: empleo local, trabajo decente, igualdad de oportunidades para todos

Proporcionar empleo es una de las principales formas en las que el turismo puede contribuir a la calidad de vida en las comunidades de acogida y a la sostenibilidad socioeconómica de los destinos. Sin embargo, a pesar de la importancia de los recursos humanos en el turismo y la contribución del sector a la economía mundial, el empleo turístico frecuentemente está mal pagado, con unas malas condiciones y poca seguridad en el trabajo (UNEP & WTO, 2005). Esto se debe en parte a la fragmentación del sector, que se caracteriza por un empleo estacional y a tiempo parcial, a menudo basado en la familia, pero también al hecho de que los trabajos del sector de servicios no están

profesionalizados o son informales. Hay una muy alta rotación de trabajadores en algunas empresas del sector. Unas mejores condiciones para los trabajadores pueden llevar, sin duda, a un mejor rendimiento, a una mayor retención del personal y a una mayor eficiencia y productividad.

Con el objetivo principal de promover la sostenibilidad del sector, las **micro y pequeñas empresas turísticas** deberían dar una alta prioridad a la creación de puestos de trabajo que sean estables, permanentes y a tiempo completo, y que ofrezcan unos beneficios y salarios justos. Además, si esos trabajos son locales, la contribución del turismo al conjunto de la sostenibilidad del destino es mucho mayor. De hecho, esto puede tener un efecto significativo en la prosperidad local del destino.

“Mejorar la calidad de los puestos de trabajo turísticos” fue identificado como uno de los principales retos para la sostenibilidad del turismo europeo, según un grupo de expertos (Tourism Sustainability Group, 2007). Una de las principales razones por las que el sector turístico no ofrece un empleo de calidad es la estacionalidad significativa de la demanda existente en muchos destinos. Por esa razón, no es casual que la “reducción de la estacionalidad de la demanda turística” también fuera identificado como otro reto clave para la sostenibilidad del turismo europeo en el mismo informe. Esto requiere de políticas claras para alargar la temporada a través de medidas tales como: la orientación a mercados más propensos a viajar fuera de la temporada alta; ofrecer descuentos e incentivos durante la temporada media y baja; desarrollar productos innovadores y atractivos; organizar eventos en los momentos de menor actividad del año; animar a que las atracciones turísticas permanezcan abiertas durante más tiempo a lo largo del año.

Cuando no se puede lograr un empleo a tiempo completo durante todo el año, se pueden buscar soluciones alternativas. Por ejemplo, las horas de trabajo podrían ser adaptadas a los patrones estacionales, mientras se generen beneficios, o las empresas podrían garantizar los puestos de trabajo estacionales a los trabajadores en cada temporada.

Con el fin de garantizar un trabajo decente en las **micro y pequeñas empresas turísticas**, como mínimo, deberían ser observadas en todo momento los “estándares fundamentales del trabajo” fijados por la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Estas normas, que reflejan los derechos humanos básicos, estipulan: el derecho de los trabajadores de asociarse y de negociación colectiva; la prohibición del trabajo forzado y la explotación del trabajo infantil; y la no discriminación en el empleo.

Los aspectos de igualdad o equidad relacionados con el desarrollo sostenible sugieren que las buenas prácticas de trabajo deberían ir más allá de estas normas fundamentales, y deberían promover el bienestar económico y social, que condujera a la mejora del nivel de vida y la satisfacción de las necesidades básicas de las personas. Un conjunto de principios, que reflejan esas buenas prácticas y que se basan en la Declaración Tripartita de Principios de la OIT, aparece en el cuadro siguiente. No es necesario decir que las normas y reglamentos nacionales de trabajo han de ser respetados, garantizando su máximo cumplimiento por parte de todas las empresas.

Principios de buenas prácticas de empleo

- *Promoción del empleo*: Promoción del empleo pleno, productivo y libremente elegido.
- *Igualdad de oportunidades y de trato*: La eliminación de cualquier discriminación basada en la raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional u origen social. Acomodar las costumbres culturales, las tradiciones y las prácticas de los empleados.
- *Seguridad del empleo*: Ofrecer contratos formales de empleo y centrarse en el desarrollo a largo plazo de las empresas turísticas.
- *Formación*: Fomentar la formulación y el desarrollo de habilidades, complementado con la formación y orientación relacionados con el empleo.
- *Condiciones de trabajo y vida*: Proporcionar los mejores salarios posibles, beneficios y condiciones de trabajo dentro del marco de las políticas del gobierno. Los beneficios para los empleados pueden extenderse de forma que incluyan contribuciones para la salud, la discapacidad, la maternidad / paternidad, la educación y la jubilación, siempre que éstas no sean obligatorias legalmente. Servicios tales como alojamiento, alimentos y asistencia médica deberían ofrecerse cuando fuese necesario y deberían ser de buena calidad. La distribución de los cargos por los servicios debería ser un proceso bien documentado y transparente.
- *Edad mínima*: Respetar la edad mínima de admisión al empleo con el fin de asegurar la abolición eficaz del trabajo infantil.
- *Seguridad y salud*: Proporcionar normas y programas de seguridad y de salud adecuados para los empleados.

Fuente: UNEP & WTO (2005).

Cuando se crean nuevas oportunidades de empleo en el ámbito del turismo, una de las prioridades, si pensamos en términos de sostenibilidad, debería ser el fomento de empleos que proporcionen oportunidades para las personas más desfavorecidas (jóvenes desempleados, las mujeres, los pobres, etc.).

Además, los efectos secundarios negativos de la baja calidad del trabajo de los trabajadores están bien documentados, incluyendo una prevalencia de estrés, altas tasas de accidentalidad y efectos negativos para la salud mental de los trabajadores (Baum et al., 2016). También debe tenerse en cuenta que el sector turístico es particularmente vulnerable a muchos tipos de crisis que pueden ocurrir sin previo aviso y que tienen un efecto inmediato. Muchos trabajadores incluyendo, aunque no únicamente, el elevado número de puestos de trabajo a tiempo parcial o informal pueden no tener derecho a beneficiarse o a recibir apoyo cuando pierden los puestos de trabajo. Esto se podría evitar mediante la introducción en los contratos de los correspondientes avisos previos a la finalización del empleo, la indemnización por despido, etc. (UNEP & WTO, 2005).

Por último, la forma en que las personas que trabajan en el sector turístico realizan su trabajo y se relacionan con los visitantes influye muchísimo sobre la calidad de la experiencia del visitante. Por otra parte, la disponibilidad de conocimientos y habilidades en ciertas áreas específicas es importante para la sostenibilidad del turismo (Comisión Europea, 2013). En consecuencia, una mano de obra de alta calidad, leal, con la suficiente aptitud y habilidades, es un requisito clave de las

empresas turísticas de éxito, y también muy importante para la reputación de un destino. Tener trabajos estables y seguros es muy importante para las empresas si quieren contratar y retener a personal suficientemente cualificado y motivado en el futuro. Esto puede lograrse mediante la inversión en el desarrollo de habilidades y la formación profesional, y reforzarse a través del desarrollo profesional y las correspondientes oportunidades de promoción y de ascenso. Las **micro y pequeñas empresas turísticas** deberían tratar de proporcionar una formación continua y formación para sus trabajadores en todos los niveles, prestando especial atención a los problemas de sostenibilidad.



Actividad de aprendizaje 2.1:

¿Trata usted de promover el empleo local y el trabajo decente en su empresa? En caso afirmativo, explique cómo lo hace. Si no es así, indique los principales retos.

2.2 Apoyo a los empresarios: proveedores y productores locales

Asegurar que los beneficios económicos se fijan en el lugar donde se incurre en costos es un principio importante del desarrollo sostenible. De la misma manera que, como se explica en la unidad anterior, el apoyo a la comunidad local mediante la promoción de empleo local es importante. También es un aspecto clave que los agentes del turismo, y las **micro y pequeñas empresas turísticas** entre ellos, traten de promover la prosperidad local, tratando de maximizar el gasto de los visitantes por cabeza y reducir las fugas, así como desarrollando vínculos con la economía local. En este contexto, la prosperidad local significa asegurar que el turismo está bien integrado en la economía y se desarrolla junto a otros sectores (UNEP & WTO, 2005).

Las fugas económicas pueden ocurrir a través de la repatriación de los beneficios por parte de inversores externos o propietarios; por las compras realizadas por los turistas fuera del destino (por ejemplo, desde los tour-operadores internacionales); y por las compras de los turistas y de las empresas de bienes importados. Una segunda ronda fugas puede ocurrir si los ingresos obtenidos dentro de una comunidad se gastan fuera de ella. Con el fin de reducir al mínimo estas fugas, varias acciones pueden ser desarrolladas por parte de los agentes turísticos. Aparte de fomentar el empleo de mano de obra local, ellos también pueden dar apoyo a las empresas de propiedad local. Cuando las empresas son de propiedad local, es probable que se retenga dentro de la comunidad una mayor proporción de beneficios. En muchas áreas, las empresas de propiedad local es probable que sean **micro y pequeñas empresas** y las políticas en apoyo de ellas pueden apuntar a la creación de capacidades y programas de apoyo financiero específicamente concebidos en relación con sus necesidades. En este sentido, las **micro y pequeñas empresas turísticas** deberían tratar de colaborar más con otras **micro y pequeñas empresas** (del sector turístico, pero también de otros sectores).

Otra de las acciones, conectada con el apoyo de negocios locales, podría implicar el fortalecimiento de los vínculos existentes entre esos negocios. Esto significa abordar la cadena de suministro local. Las acciones en este sentido pueden tratar de:

- *Fomentar y facilitar el abastecimiento local de suministros.* Los operadores turísticos deben ser alentados a utilizar los proveedores de servicios de base local y los productos que tienen más probabilidades de beneficiarse de las comunidades locales. Los proveedores de servicios deberían

ser alentados a realizar una auditoría de las fuentes utilizadas (como por ejemplo los productores de alimentos) e intentar maximizar la proporción de proveedores locales. El uso de productos locales puede mejorar en gran medida la autenticidad de la oferta turística y el efecto multiplicador del turismo en las economías locales. El logro de un suministro consistente de productos locales de alta calidad puede ser un reto, pero que es necesario reducir la necesidad de bienes importados y, por lo tanto, reducir las fugas. Esto puede ser facilitado por la creación de mercados al por mayor o consorcios.

- *Fomentar las agrupaciones y redes de empresas.* Esto significa hacer que las empresas trabajen más estrechamente, por lo tanto, obteniendo más para sí mismos, pero también para la comunidad local. Esto se puede lograr a través de políticas de planificación que fomentan la concentración geográfica y por medio de la capacitación o acciones de marketing para apoyar asociaciones comerciales. Las redes pueden ser formadas entre los proveedores de servicios similares, para el apoyo mutuo y el reparto de costes y beneficios; entre los proveedores de diferentes tipos de servicios de turismo, con el objetivo de fortalecer las ofertas en forma de paquete turístico; y entre empresas de distintos sectores (por ejemplo, entre los operadores de alojamiento y proveedores de alimentos o artesanía), para fortalecer la cadena de suministro.

- *Reconocer las necesidades de múltiples ocupaciones, incluyendo el turismo.* Muchos destinos tienen una tradición en la cual la población local está involucrada en una gran variedad de ocupaciones al mismo tiempo, ya sea como empleados o gestionando varios negocios a la vez, a veces de la misma propiedad. Esto puede encajar bien con la estacionalidad del turismo, así como el carácter flexible y dinámico de las **micro y pequeñas empresas turísticas** y sus trabajadores y directivos. Apoyar dicha actividad está muy en línea con los principios holísticos del desarrollo sostenible.

Con el objetivo de obtener mayores beneficios a nivel comunitario, las **micro y pequeñas empresas turísticas** y otros actores locales deberían tratar de desarrollar acciones que influyan en los niveles de gasto de los visitantes. Esto se podría lograr al tratar de: a) atraer a los mercados que realizan mayor gasto en el destino; b) aumentar la duración de la estancia, así como la disponibilidad de oportunidades de gasto y la conciencia de ello por parte de los propios visitantes; c) promover la compra de productos locales. Esta última es una opción muy interesante que está claramente relacionada con algunas de las acciones que se han explicado anteriormente. La compra de productos locales significa el fortalecimiento de todo el proceso comercial, así como la calidad, el precio, la distribución y exhibición de productos locales, tales como alimentos, bebidas y artesanía.

En general, apoyar a los proveedores y productores locales (la compra local) contribuye a la sostenibilidad económica y ambiental del turismo y la comunidad de acogida, ya que no sólo contribuye a la promoción de productos y productores locales, sino que también ayuda a reducir las importaciones de la zona, así como emisiones y la contaminación. En el caso específico de los alimentos, la promoción de la 'comida local' que está más localizada y menos procesada antes de la compra, se la reconoce dentro del concepto de '*slow food*', un concepto que se basa en los principios de alta calidad y sabor, sostenibilidad ambiental y justicia social. Esto significa que los productos son más saludables y más ecológicos que otros que han tenido que ser importados y, en muchos casos, también han sido procesados. Además, cuanto más cerca al punto de consumo y más natural es la producción, el ahorro de energía y la sostenibilidad tienden a ser mayores (Leslie, 2015). Cabe agregar aquí que hay un creciente interés y demanda por parte de los visitantes de alimentos de

calidad y que tengan alguna peculiaridad. En este sentido, la comida local es percibida como comida de calidad y auténtica. De hecho, diversos estudios ponen de manifiesto que un número significativo de turistas están dispuestos a pagar más por los alimentos y bebidas de calidad.

Pero debemos tener en cuenta que la experiencia de la cultura local por parte de los turistas no es sólo acerca de los alimentos locales, sino también de las artes y la artesanía. En este sentido, la promoción de la artesanía (en muchos casos comprada como un recuerdo turístico) también puede llevar a una actividad económicamente relevante para el destino. En cualquier caso, la artesanía y los productos locales en conjunto contribuyen a la experiencia turística y animar a los visitantes a consumir productos locales es algo que actualmente se fomenta activamente junto con una creciente atención a la promoción y el desarrollo de la oferta de productos locales.

La compra de productos locales ofrece potencialmente una serie de beneficios, entre ellos, la oportunidad para una **micro y pequeña empresa turística** de ofrecer más productos peculiares a nivel local, mientras que al mismo tiempo se está apoyando a otras empresas de base local.

Sin embargo, habría que señalar la importancia del debido cuidado que debe ser ejercido en el uso y la interpretación de la palabra 'local', ya que esto es una cuestión de percepción y especialmente cuando se trata de productos locales. Esto plantea una serie de cuestiones no menos importantes, una de las cuales es la manera cómo se define o se interpreta la palabra 'local' y con atención a las consideraciones espaciales en cuanto a lo que es local (Leslie, 2015). Una posible solución a esta cuestión, podría ser referirse de manera más genérica a los productos regionales o productos de proximidad, sin limitar el área local en términos geográficos muy estrictos (como productos de km 0), ya que en muchos casos no es posible obtenerlos a poca distancia de la empresa que los está ofreciendo a los turistas.



Actividad de aprendizaje 2.2:

¿Trata usted de apoyar a los negocios locales mediante la promoción de las compras locales y / o la creación de acuerdos con ellos? En caso afirmativo, explique cómo lo hace. Si no es así, indique los principales retos encontrados y como podría superarlos.

2.3 Mejora de la calidad de vida de las comunidades locales a través del turismo accesible

No existe una definición única y universalmente aceptada para el término "turismo accesible", también conocido como turismo para todos, turismo inclusivo o turismo sin barreras. Se reconoce como un turismo que satisface a las necesidades de una amplia gama de consumidores, incluyendo a las personas con discapacidad, los ancianos y las familias intergeneracionales. Implica la eliminación de barreras tanto físicas y de actitud en la sociedad, e incluye la accesibilidad en el transporte, la información, las comunicaciones y otras instalaciones y servicios (UNESCAP, 2009).

La Organización Mundial de la Salud estima que el 15% de la población mundial, aproximadamente mil millones de personas, tienen algún tipo de discapacidad (OMS, 2011). La estimación para Europa

en 2020 es de 120 millones de personas (Comisión Europea, 2017). A esto hay que añadir el aumento de las tasas de discapacidad, en parte debido al envejecimiento de la población, y también al aumento de la prevalencia de enfermedades crónicas.

El perfil del turista con necesidades de accesibilidad es muy variado. Podemos encontrar personas con necesidades de movilidad, mientras que otros pueden tener necesidades sensoriales, cognitivas o de comunicación. De acuerdo con un estudio realizado por la Comisión Europea (2003), las barreras presentes en el entorno obstaculizan la participación social en mayor medida que las propias limitaciones funcionales de las personas. En este sentido, las **micro y pequeñas empresas turísticas** deben conocer las barreras principales (físicas, cognitivas o de comunicación) que sus clientes pueden encontrarse, con el fin de hacer frente a esas barreras y ser capaces de ofrecer un producto accesible.

La accesibilidad universal es la condición que deben cumplir los entornos, procesos, bienes, productos y servicios, así como los objetos, instrumentos, herramientas y dispositivos, para ser comprensibles, utilizables y practicables por parte de todas las personas en condiciones de seguridad y confort y de la forma más autónoma y natural posible. Es un cambio de perspectiva en la que las **micro y pequeñas empresas turísticas** deben dejar de pensar en el diseño de sus productos y / o servicios para una tipología de una persona normal, que no existe, ya que no se ajusta a la diversidad humana que nos rodea, y pasar a tener en cuenta la diversidad existente y contemplarla en el desarrollo de estos procesos. Este cambio, en el que la accesibilidad se aborda desde la etapa inicial de planificación y creación del producto, es económicamente rentable.

De hecho, la accesibilidad es el confort para todos. La gestión, el diseño de las instalaciones por parte las **micro y pequeñas empresas turísticas**, y la presentación de los servicios turísticos que conforman la accesibilidad, contribuyen a mejorar la calidad de la oferta y esto es un valor añadido que beneficia a todas las personas tengan o no tengan discapacidad, ya sean turistas o formen parte de la comunidad local. El diseño universal ofrece entornos y servicios más eficientes y seguros para todos los grupos de personas (Darcy y Dickson, 2009).

El enfoque de la introducción de la accesibilidad en el sector turístico ofrece la posibilidad de ampliar el público objetivo sin la necesidad de especializarse o reorientar el negocio. El objetivo es crear una oferta integradora o inclusiva basada en la oferta existente, ya que las personas con necesidades de accesibilidad (ancianos, discapacitados, familias con niños pequeños, mujeres embarazadas, etc.) tienen los mismos deseos y necesidades de viaje que el resto de la población.

El turismo accesible también puede ser valorado como una oportunidad de mercado para las **micro y pequeñas empresas turísticas**, por varias razones (Molina y Cànoves, 2010):

- Estacionalidad: Las personas con discapacidades o ancianos son los grupos que viajan fuera de la temporada alta.
- Volumen: Por lo general, viajan en grupo o en viajes individuales con acompañante, por lo que el público objetivo es potencialmente mayor.
- Calidad: La accesibilidad se traduce en un valor añadido para el producto turístico, que se traduce en un mayor confort y servicio para toda la población.

Los productos y servicios turísticos accesibles son parte de una oferta turística cada vez más amplia. A partir de las diferentes administraciones públicas y empresas privadas esta oferta está disponible para todas las personas con necesidades de accesibilidad y cada vez está más reconocida y activamente promovida.

Las regulaciones sobre la discapacidad y la accesibilidad son amplias y abundantes, tanto a nivel nacional como internacional. A nivel europeo, la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad obliga a la UE y a los estados miembros que tomen las medidas adecuadas para garantizar la accesibilidad. El compromiso con una Europa sin barreras se renovó en el año 2010 en la Estrategia Europea sobre Discapacidad 2010-2020. El conjunto de iniciativas europeas están dirigidas a consolidar la integración de las personas con discapacidad en todos los aspectos económicos y sociales de la UE.

Las normas ISO desarrolladas por un comité técnico establecen directrices y mejores prácticas que promueven la accesibilidad universal en el turismo y permiten a los proveedores de servicios de la industria de viajes obtener los beneficios comerciales que se derivan de ella a través de la norma “Turismo y servicios relacionados” (ISO / TC 228). Normas específicas como las relacionadas con “Oficinas de información turística” (ISO 14785) incluyen una serie de recomendaciones para hacer las oficinas de información turística accesibles a todos. Además de las normas específicas, una serie de otras normas ISO, como ISO 17049 (centrada en el diseño accesible) abordan las cuestiones de accesibilidad y ayudan a poner el turismo al alcance de los visitantes con necesidades especiales.

La aplicación del braille en la señalización, equipos y aparatos, por ejemplo, permite a las personas ciegas o con discapacidad visual tener acceso a la información mediante el uso normalizado del braille en diferentes partes del mundo.

Las **micro y pequeñas empresas turísticas** tienen la oportunidad de adaptar y crear sus productos y servicios con el fin de incluir a las personas con necesidades especiales en su demanda. Hay dos premisas principales, la primera es que cualquier mejora hecha en sus negocios a favor de la accesibilidad, aunque sea pequeña, es importante en el camino hacia la inclusión y la igualdad de oportunidades para todos. En este sentido, es importante tener en cuenta de que en la mayoría de los casos, el 100% de accesibilidad no puede ser posible, pero esto no debería ser una razón para no incluir posibles mejoras en el negocio. La segunda premisa se basa en el concepto de la cadena de accesibilidad turística, según la cual el consumidor debe estar seguro de la accesibilidad a través de todos los servicios que la constituyen, desde la planificación hasta el consumo del viaje. Por lo tanto, las **micro y pequeñas empresas turísticas** deben tener espacios de estacionamiento accesibles, con acceso al establecimiento o lugar de operación. Los edificios deben ser accesibles y deben tener rampas, ascensores, escaleras con pasamanos, relieves contrastados, etc. Además de la contemplación de la accesibilidad física, aspectos como el contraste cromático de las paredes, la acústica, la señalización, los pictogramas, que facilitan el deambular de aquellas personas con necesidades especiales, de la forma más autónoma y segura, son aspectos que también deben ser considerados. Por último, los espacios comunes, como la recepción, el comedor, los pasillos o los jardines deben ser proyectados desde la perspectiva de la inclusión y deben permitir que diferentes personas con diferentes necesidades puedan hacer uso de todos ellos con el fin de lograr la accesibilidad universal.



Actividad de aprendizaje 2.3:

¿En qué medida su empresa implementa acciones e iniciativas de turismo accesible y / o de accesibilidad universal? ¿Puede identificarlas?

Resumen de los puntos clave

- Proporcionar empleo es una de las principales formas en que el turismo puede contribuir a la calidad de vida en las comunidades de acogida. Sin embargo, los empleos turísticos suelen tener una baja remuneración y a veces las condiciones laborales no son las mejores y existe poca seguridad en el puesto de trabajo.
- Con el objetivo principal de promover la sostenibilidad del sector, las micro y pequeñas empresas turísticas y deberían dar alta prioridad a la creación de puestos de trabajo que sean locales, estables, permanentes y a tiempo completo, y que ofrezcan beneficios y salarios justos, así como oportunidades para las personas desfavorecidas.
- Asegurar que los beneficios económicos se retengan en el lugar donde se incurre en los costos es un principio importante del desarrollo sostenible. En este sentido, es un aspecto clave que los agentes turísticos busquen promover la prosperidad local, tratando de maximizar el gasto de los visitantes por cabeza y reducir las fugas, así como potenciar los vínculos con la economía local.
- La compra de productos locales es una forma de promover la economía local. Significa el fortalecimiento de todo el proceso comercial, así como la calidad, el precio, la distribución y exhibición de productos locales, tales como alimentos, bebidas y artesanía.
- El turismo accesible se define como el turismo y viajes accesibles a todas las personas, con discapacidad o no, incluidos aquellos que tienen discapacidad de movilidad, oído, vista, cognitiva o intelectual y psicosocial, las personas mayores y las personas con discapacidades temporales. El diseño universal ofrece entornos y servicios más eficientes y seguros para todos los grupos de personas.
- Las micro y pequeñas empresas turísticas tienen un papel clave en la ejecución de medidas de turismo accesible a lo largo de la cadena de turismo, desde el transporte al alojamiento y la prestación del servicio. En la mayoría de los casos, la accesibilidad total no puede ser posible, pero esto no debería ser una razón para no incluir posibles mejoras en el negocio.

Actividad de aprendizaje integradora para el Módulo 2: Informe de situación



Sistematice las reflexiones que ha realizado mientras trabajaba los materiales del módulo. Describa los aspectos que deberían tenerse en cuenta para que su empresa mejore su desempeño en sostenibilidad.

Estructura indicativa:

1. Conocimiento general de los beneficios socio-económicos del turismo sostenible para las comunidades locales y la forma de aplicarlas en sus operaciones comerciales;
2. Puntos fuertes de su empresa para ayudar a sostener el empleo local, el trabajo decente, y los proveedores y las compras locales;
3. Puntos fuertes de su empresa para apoyar el turismo accesible;
4. Debilidades de su empresa que dificultan el apoyo de la economía local;
5. Debilidades de su empresa que dificultan el apoyo del turismo accesible.

Glosario

<i>Barreras de accesibilidad</i>	Hay cinco barreras identificadas a la accesibilidad para las personas con discapacidades o necesidades especiales. Estas barreras son de actitud, de organización o sistémica, arquitectónicas o físicas, de información o comunicación, y tecnológicas.
<i>Diseño universal</i>	Es el diseño de un entorno, construcción, producto o servicio de modo que se puede acceder, entender y utilizarse en la mayor medida posible por parte de todas las personas independientemente de su edad, tamaño, capacidad o discapacidad.
<i>Fugas económicas</i>	El concepto de fugas de turismo se refiere a la cantidad gastada en la importación de bienes y servicios para satisfacer las necesidades de los turistas. Las fugas se producen cuando la economía local no es capaz de proporcionar un suministro fiable, continuo, a precio competitivo del producto o servicio requerido y de una calidad constante para satisfacer la demanda del mercado.
<i>Trabajo decente</i>	El trabajo decente resume las aspiraciones de las personas en su vida laboral. Se trata de las oportunidades de trabajo que sea productivo y con un ingreso justo, aporte seguridad en el trabajo y protección social para las familias, buenas perspectivas de desarrollo personal e integración social, libertad para que las personas expresen sus preocupaciones, se organicen y participen en las decisiones que afectan a su vida y la igualdad de oportunidades y de trato para mujeres y hombres.
<i>Turismo accesible</i>	También se conoce como turismo para todos, turismo inclusivo o turismo sin barreras. Se reconoce como un turismo que satisface las necesidades de una amplia gama de consumidores, incluyendo a las personas con

	<p>discapacidad, la gente mayor y las familias intergeneracionales. Implica la eliminación de barreras tanto físicas como de actitud en la sociedad, e incluye la accesibilidad en el transporte, la información, las comunicaciones y otras instalaciones y servicios.</p>
--	---

Enlaces útiles	<p>https://medium.com/@WTTTC/5-ways-tourism-can-support-local-economies-8cc8ded47370 <i>5 formas en que el turismo puede apoyar la economía local: artículo del Consejo Mundial de Viajes y Turismo que habla de la importancia de promover la economía local en el turismo.</i></p> <p>http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/moduleieng13022017.pdf <i>Manual sobre el turismo accesible para todos: principios, herramientas y buenas prácticas.</i></p> <p>http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/goodpracticesintheaccessibleourismsupplychain_en_2016_2_web_20160726122_revisado_vfinal_2_acesupdated_on_the_web.pdf <i>“Turismo para todos - la promoción de accesibilidad universal” Buenas Prácticas en la cadena de la oferta turística accesible (Organización Mundial del Turismo).</i></p> <p>http://www.accessibletourism.org <i>Sitio web de ENAT (Red Europea de Turismo Accesible).</i></p> <p>http://www.apptouryou.eu/ <i>Plataforma de auto-formación sobre el turismo accesible para las micro y pequeñas empresas, desarrollado por un proyecto Erasmus + (App Tour You).</i></p>
-----------------------	--

Bibliografía	
1.	Baum, T. <i>et al.</i> (2016). Sustainability and the Tourism and Hospitality Workforce: A Thematic Analysis. <i>Sustainability</i> , 8, 809.
2.	European Commission (2013). <i>Sustainable Tourism for Development Guidebook</i> .
3.	European Commission (2017). <i>Final Resolution on the European Disability Strategy 2020-2030</i> .
4.	European Commission (2003). <i>Equal Opportunities for People with Disabilities: A European Action Plan</i> .
5.	Darcy, S., & Dickson, T. J. (2009). A Whole-of-Life Approach to Tourism: The Case for Accessible Tourism Experiences. <i>Journal of Hospitality and Tourism Management</i> , 16(1), 32-44.
6.	Leslie, D. (2015). <i>Tourism Enterprise. Developments, Management and Sustainability</i> . Wallingford & Boston: CABI.

7.	Molina, M., & Cánoves, G. (2010). Turismo accesible, turismo para todos: la situación en Cataluña y España. <i>Cuadernos de Turismo</i> , 25, 25-44.
8.	Tourism Sustainability Group (2007). <i>Action for More Sustainable European Tourism</i> . Brussels.
9.	United Nations, Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (2009). <i>Takayama Declaration on the Development of Communities-for-All in Asia and the Pacific</i> .
10.	UNEP & WTO (2005). <i>Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers</i> . Madrid: WTO.
11.	World Health Organization (2011). <i>World Report on Disability</i> .



SUSTAIN-T

2017-1-ES01-KA202-038128

WWW.SUSTAIN-T.EU