



Paquete de recursos para asesores

área de competencia 2

ética y responsabilidad social en el turismo

desarrollado por **SPEKTRUM**



Cofinanciado por
la Unión Europea

Paquete de recursos para asesores: introducción

Dirigido a:

- Asesores en turismo sostenible
- Proveedores de EFP
- Pequeños proveedores turísticos

ofrece un conjunto de ocho recursos de aprendizaje combinado para apoyar el turismo y el desarrollo local mediante la promoción del uso sostenible y eficiente de los recursos naturales, culturales y económicos en las regiones ligadas a cursos de agua.



ética y responsabilidad social en el turismo: área de competencia 2

El turismo ético y socialmente responsable es el punto de encuentro entre las expectativas de los turistas y las necesidades de los destinos a nivel medioambiental, social y económico. Esta área de competencia describe los conocimientos, habilidades y actitudes que el asesor en turismo sostenible debe adquirir y desarrollar, para guiar a los pequeños proveedores turísticos de las regiones de cursos de agua a iniciar y ejecutar prácticas más éticas y socialmente responsables en sus negocios



ética y responsabilidad social en el turismo

en esta área de competencia aprenderás a

- Definir la ética y el turismo socialmente responsable destacando su impacto en las pequeñas empresas turísticas, las comunidades locales y la Economía.
- Proporcionar ejemplos de empresas y prácticas turísticas éticas y socialmente responsables.
- Ayudar a los pequeños proveedores turísticos a evaluar el impacto social y medioambiental de su actividad.
- Explicar la importancia de adoptar e integrar el Código Ético Mundial para el Turismo (OMT)
- Orientar a los pequeños proveedores turísticos sobre cómo gestionar el funcionamiento ético de su empresa: 1. la cadena de suministro; 2. la comunidad local (en el destino turístico); 3. el lugar de trabajo; 4. los clientes
- Asesorar a los pequeños proveedores turísticos para que incluyan la accesibilidad en sus políticas y estrategias empresariales.

Área de competencia 2: **orientación**



En esta sección puedes encontrar contenidos basados en el conocimiento, que presentan información factual y conceptual clave sobre los temas cubiertos por el área de competencia de la **ética y la responsabilidad social** en el turismo.

Las repercusiones sociales y culturales del turismo son las formas en que el turismo influye en los sistemas de valores, el comportamiento individual, las relaciones familiares, los estilos de vida colectivos, la conducta moral, las expresiones creativas, las ceremonias tradicionales y la organización comunitaria. De hecho, son los efectos en la población de las comunidades anfitrionas de sus interacciones directas e indirectas con los turistas.

Impacto social del turismo

El impacto del turismo en el medio ambiente es complejo. Implica muchas actividades que pueden tener efectos medioambientales adversos. Muchas de ellas están relacionadas con la construcción de infraestructuras generales e instalaciones turísticas. Los impactos negativos del desarrollo turístico pueden destruir lentamente los recursos medioambientales de los que depende. Por otro lado, el turismo puede tener efectos positivos sobre el medio ambiente al contribuir a la protección y conservación del mismo. Es una forma de concienciar sobre los valores medioambientales y puede servir de herramienta para apoyar la protección de las zonas naturales al tiempo que aumenta su importancia económica.

Impacto medioambiental del turismo



Cofinanciado por
la Unión Europea

El turismo ético se basa en un conjunto de normas para las empresas turísticas, los grupos de interés y los turistas, destinadas a prevenir el impacto negativo de sus acciones en el medio ambiente, la cultura y la comunidad local de los destinos de acogida. El turismo ético añade valor a los productos turísticos, ofrece oportunidades a los grupos desfavorecidos y aumenta la autenticidad de la experiencia, al tiempo que evita cualquier actividad que repercuta negativamente en el medio ambiente y la comunidad local del destino anfitrión.

Turismo ético y socialmente responsable



Cofinanciado por
la Unión Europea

El turismo ético:

- incluye elementos de empresa social,
- satisface las necesidades de grupos vulnerables,
- ofrece oportunidades a grupos desfavorecidos
- es respetuoso con el medio ambiente
- ofrece excelentes servicios y productos locales,
- aumenta las experiencias auténticas,
- implica a la población local.

Características del turismo ético



Cofinanciado por
la Unión Europea

Como marco de referencia clave para un turismo responsable y sostenible, el Código Ético Mundial para el Turismo es un conjunto completo de principios concebidos para orientar a los principales agentes del desarrollo turístico. Dirigido a los gobiernos, a la industria turística, a las comunidades y también a los turistas, su objetivo es ayudar a maximizar los beneficios del sector minimizando su impacto potencialmente negativo sobre el medio ambiente y las sociedades, respetando los derechos humanos y fomentando el entendimiento internacional.

Código Ético Mundial para el Turismo



Cofinanciado por
la Unión Europea

Apoyar una cadena de suministro ética implica que las pequeñas empresas turísticas incorporen consideraciones sociales, de derechos humanos y medioambientales en su forma de hacer negocios.

Una cadena de suministro ética se centra en la necesidad de incorporar la responsabilidad social, con el objetivo de fabricar productos y servicios de forma que se trate éticamente a los trabajadores (por ejemplo, por medio de un salario justo, cargas de trabajo sostenibles, conducta laboral ética) y al medio ambiente (por ejemplo, utilizando materiales procedentes de fuentes con métodos de extracción renovables o de bajo impacto).

Cadena de suministro ética

La ética en el lugar de trabajo se define como el código moral que guía el comportamiento de los empleados con respecto a lo que está bien y mal en cuanto a conducta y toma de decisiones.

Ética en el trabajo

El servicio ético al cliente se ocupa de la verdad y la justicia e incorpora diversos aspectos, como satisfacer y superar las expectativas del cliente con equidad, cortesía, respeto, honradez y transparencia.

Servicio ético al cliente

Una empresa turística ética no sólo contribuye al desarrollo social, ecológico y económico, sino que también obtiene reconocimiento a nivel nacional e internacional. Una empresa turística ética promueve la conciencia social y genera confianza entre sus clientes y la comunidad en general, lo que a la larga se traduce en una alta productividad y ventas. Por lo tanto, la ética en el turismo es esencial para el desarrollo sostenible de las empresas.

Negocio turístico ético



Cofinanciado por
la Unión Europea

Una empresa o destino turístico inclusivo trabaja para ofrecer experiencias de viaje positivas a personas con diferentes necesidades (discapacitados, personas mayores, familias, alérgicos, etc.) abordándolas desde diversas perspectivas y ofreciendo soluciones de diseño y servicio que pretendan abarcar el mayor número posible de grupos diferentes. El turismo accesible significa un entorno "inclusivo" en el que las personas de todas las capacidades se sientan bienvenidas y deseadas como clientes y huéspedes.

Turismo accesible o inclusivo

Área de competencia 2: **tutoriales**



En esta sección encontrarás una serie de fichas autoexplicativas, diseñadas específicamente para plantearte retos reales y proporcionarte información práctica para desarrollar tus competencias en materia de **ética y responsabilidad social en el turismo**.

Hoja de ruta 1: evaluar el impacto social y medioambiental de tu empresa

esquema

Esta tarjeta de acción pretende ayudar al asesor de turismo sostenible a orientar a los pequeños proveedores turísticos en la evaluación del impacto social y medioambiental de su negocio. Para lograrlo, el asesor en turismo sostenible presentará un conjunto de estrategias y herramientas para que los pequeños proveedores turísticos puedan identificar un conjunto de indicadores a fin de evaluar el impacto social y ambiental de sus productos y servicios turísticos.

Acción 1: **recopilar información**

Paso 1: consultar la Declaración de Manila sobre el Impacto Social del Turismo (1997)

Paso 2: acceder y ver vídeos de Youtube sobre el impacto social y medioambiental del turismo

Paso 3: consultar [aquí](#) las Normas Internacionales Green Globe para el Turismo Sostenible



fuelle: freepik.com

Acción 2: **investigar y reflexionar**

Paso 1: realizar una lluvia de ideas sobre el impacto social y medioambiental que tus propios productos y servicios turísticos pueden tener en tu comunidad local

Paso 2: investigar, leer y reflexionar sobre la EIS (Evaluación del Impacto Social) del Turismo

Paso 3: leer y reflexionar sobre el ACV (Análisis del Ciclo de Vida) en el Turismo



fuelle: : freepik.com

Acción 3: **definir y evaluar**

Paso 1: definir el conjunto de indicadores de impacto social y medioambiental relacionados con tu propia empresa basándote en la investigación previa

Etap 2: definir la escala de evaluación de los distintos indicadores

Paso 3: realizar la evaluación de impacto siguiendo el conjunto de indicadores predefinido



fuelle: : [freepik.com](https://www.freepik.com)

Al utilizar esta hoja de ruta has aprendido sobre los diversos impactos (sociales y medioambientales) que el turismo en general y las empresas turísticas en particular tienen sobre las regiones y las comunidades locales, así como las formas de medirlos. Siéntete libre de utilizar otras herramientas y métodos de evaluación más adecuados al contexto y las competencias de tu empresa.

Para garantizar y mejorar la sostenibilidad de tu negocio turístico a largo plazo, se recomienda evaluar periódicamente el impacto de tus actividades turísticas.

resumen

Hoja de ruta 2: adopción e integración del Código Ético Mundial para el Turismo



Cofinanciado por
la Unión Europea

esquema

El Código Ético Mundial para el Turismo (CEMT) es un conjunto exhaustivo de principios de turismo sostenible, dirigido a gobiernos, a la industria turística, a comunidades y turistas. Su objetivo es ayudar a maximizar los beneficios del sector al tiempo que se minimiza su impacto potencialmente negativo en el medio ambiente, las sociedades y el patrimonio cultural de todo el mundo.

Esta tarjeta de actividades pretende ayudar al asesor de turismo sostenible a orientar a los pequeños proveedores turísticos para que comprendan la importancia de adoptar e integrar el CEMT en sus operaciones empresariales turísticas.



Cofinanciado por
la Unión Europea

Acción 1: investigación

Paso 1: accede al portal de la OMT en www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism

Paso 2: Lee sobre los 10 principios del CEMT

Etapa 3: Reflexiona sobre la importancia y los valores éticos de cada principio.



fuentes: freepik.com

Acción 2: mapa

Paso 1: busca (a través de investigación documental o en tu red de empresas) prácticas/iniciativas turísticas reales (buenas) relevantes para cada principio.

Paso 2: analiza los elementos que se refieren claramente a la CEMT que estas iniciativas turísticas utilizan en su comunicación

Paso 3: piensa por qué estos casos resultan atractivos



fuerite: : freepik.com

Acción 3: **comprender**

Paso 1: identifica los principios CEMT relevantes para tu propio negocio turístico

Paso 2: enumera las oportunidades y los beneficios derivados de su adopción por parte de tu negocio turístico

Paso 3: realiza una lluvia de ideas sobre las formas de aplicarlas en tus operaciones turísticas y cómo influyen en tus objetivos estratégicos empresariales



fuelle: : freepik.com

Al utilizar esta hoja de ruta has aprendido acerca de la importancia de adoptar e integrar los principios del Código Ético Mundial para el Turismo, así como las oportunidades y beneficios de implementar aquellos que sean más relevantes para tu propio negocio turístico.

La ética es un elemento crucial para orientar tus objetivos estratégicos, tanto a corto como a largo plazo, y para la sostenibilidad de tu empresa. Por lo tanto, su integración continua en tus operaciones turísticas es clave para el éxito de tu negocio.

resumen

Área de competencia 2: **recursos prácticos**



En esta sección encontrarás situaciones hipotéticas diseñadas específicamente para ilustrar cómo los pequeños proveedores turísticos pueden poner en práctica la ética y la responsabilidad social en el turismo.



fuentes: freepik.com

Escenario 1: operaciones de turismo ético

La propietaria de un pequeño hotel a orillas de un lago quiere integrar normas éticas en su negocio, ya que es consciente de que esto puede mejorar significativamente la imagen del hotel, su competitividad y atraer a más turistas.

Tras investigar un poco, decide establecer una serie de normas y acciones éticas relacionadas con las siguientes áreas de operaciones del hotel: cadena de suministro, comunidad local, lugar de trabajo, clientes.

Escenario 1

La propietaria de un pequeño hotel a orillas de un lago planea integrar normas éticas en su negocio, ya que es consciente de que esto puede aumentar significativamente la competitividad del hotel y atraer a más turistas o aumentar su fidelidad, pero necesita entender los porqués y los cómo relacionados con este cambio.

Tras dirigir grupos de discusión con el personal de la empresa sobre las actividades del hotel en las que surgen las principales cuestiones de ética, así como con agentes locales y expertos en normas de certificación de turismo ético y socialmente responsable y agentes de la comunidad local, pero también consultando los Códigos Éticos Mundiales para el Turismo y los comentarios de los turistas, consigue definir un conjunto de normas y reglas que conciernen al funcionamiento ético del hotel en los siguientes ámbitos: 1) cadena de suministro, 2) comunidad local, 3) lugar de trabajo y 4) clientes.

Los primeros resultados de su investigación muestran que cada vez más turistas exigen a los hoteles cadenas de suministro éticas a cambio de fidelidad. Así pues, es necesario adoptar medidas específicas para conseguir una cadena de suministro ética desarrollando principalmente las siguientes acciones:

- asociarse con marcas proveedoras locales y/o éticas, cuyos valores fundamentales coincidan con los del hotel
- utilizar alimentos y servicios de origen local
- abastecerse de materiales procedentes de fuentes con métodos de extracción renovables o de bajo impacto
- elegir un transporte más ecológico
- reducir y eliminar residuos y envases
- uso de materiales reciclados
- uso sostenible de los recursos (agua, gas, electricidad)

Basándose en entrevistas con la población local (autoridades locales y agentes de la economía local, otras empresas y ciudadanos de la región en la que opera el hotel), la propietaria también concluye que la dirección del hotel debe cumplir las siguientes normas:

- contratar personal local
- abastecerse de productos y servicios a nivel local
- pagar los impuestos empresariales pertinentes
- colaborar como embajador del destino local
- mostrar aprecio por el modo en que la población local hace grande el destino de forma colectiva, donando a organizaciones sin ánimo de lucro, apoyando a los empresarios locales, sumándose a proyectos de voluntariado y participando a distintos niveles
- proteger los recursos naturales locales y evitar la producción de residuos

Las entrevistas en profundidad realizadas a los miembros del equipo del hotel confirmaron firmemente su convicción de que las siguientes normas son fundamentales en un lugar de trabajo ético:

- aplicar prácticas de empleo justas, ser equitativos en la contratación de mujeres, jóvenes y minorías locales, al tiempo que se restringe el trabajo infantil
- garantizar salarios justos y protección social
- proporcionar al personal de la empresa las herramientas, la educación y la formación (incluida la ética) para crecer.
- invertir en el equipo y crear un ambiente de trabajo positivo: "un equipo feliz hace felices a los clientes".
- respetar los [3 principios sobre el trabajo forzoso](#)
- animar a todos los empleados a ser exigentes en materia de ética

Las opiniones de los clientes del hotel durante el último periodo han servido de base para definir la mayoría de las normas clave que debe seguir el personal del hotel en materia de atención ética al cliente:

- tratar a todos los turistas con honestidad, dignidad e igualdad, defender su bienestar
- garantizar la seguridad y la salud de los turistas
- valorar y respetar las opiniones de los clientes
- estar abierto y conocer los diferentes estilos de vida, valores culturales y expectativas de los turistas
- proporcionar a los turistas información objetiva y honesta sobre su lugar de destino y sobre las condiciones de hospitalidad, estancias, así como las cláusulas contractuales propuestas

Escenario 1: operaciones de turismo ético

- ¿Qué otras normas relacionadas con las operaciones éticas en los ámbitos de la cadena de suministro, la comunidad local, el lugar de trabajo y los clientes podría adoptar la propietaria del hotel?
- ¿En qué medida influiría la promoción de la actitud ética del hotel en la elección de los turistas?
- ¿Aumentarán las normas/acciones adoptadas por el hotel la concienciación de los turistas sobre la importancia de convertirse en turistas éticos?

Escenario 1: operaciones de turismo ético

INTENTA

- Dirigir una investigación exhaustiva sobre los diferentes aspectos relevantes para el perfil de tu empresa antes de desarrollar el conjunto de acciones para aplicar la ética en el negocio.
- Involucrar a los miembros de tu personal y a los agentes de la economía local para conocer diversas perspectivas.
- Comunicar la ética de tu empresa para mejorar su imagen pública

EVITA

- Integrar la ética en tus principales ámbitos de actuación sin realizar ningún análisis coste-beneficio de las consecuencias
- No incluir la ética en tus declaraciones de Misión y Visión. Tu personal debe comprender que los valores y las normas éticas forman parte integrante de su empresa.
- Ser demasiado ambicioso/a a la hora de incorporar la ética a tus operaciones, sin tener las capacidades para aplicarla.



fuente: unsplash.com

Escenario 2: Turismo accesible

Un camping de casas móviles de tamaño medio situado a orillas de un lago en un lugar de vacaciones muy famoso se enfrenta a una notable disminución del número de turistas que acceden al lugar de vacaciones.

Tras investigar a fondo los posibles motivos, el propietario del camping reconoce que el negocio turístico necesita encontrar formas sostenibles de potenciar su imagen y atraer a nuevos visitantes.

Escenario 2

Un camping de casas móviles de tamaño medio situado a orillas de un lago en un popular lugar de vacaciones de una región determinada se enfrenta a un descenso notable del número de turistas que acceden al lugar de vacaciones.

El propietario junto con su equipo lleva a cabo una investigación en la región donde operan negocios de alojamiento similares pero situados en lugares menos atractivos. Los resultados son impactantes: a pesar de que el camping está situado en el paraje natural más bello y popular, es el que recibe menos turistas de la zona. El propietario reconoce que su negocio debe encontrar urgentemente la forma de potenciar su imagen y atraer a nuevos visitantes, muy probablemente **sean necesarias mejoras en lo que a accesibilidad** se refiere. La pregunta es si esto es realmente necesario y cómo deben planificarse y aplicarse estos cambios.

El primer paso en el proceso de diseño e implantación de este cambio fue recabar información sobre qué implicaciones tiene integrar la accesibilidad en la estrategia de la empresa.

Tras algunas entrevistas de consulta con expertos en accesibilidad, el propietario averigua lo siguiente:

- Las personas con discapacidad representan el 15% de la población mundial
- Mejorar el acceso a un negocio turístico permitirá acceder a un mercado amplio y en crecimiento.
- Invertir en accesibilidad mejora la competitividad y refuerza la fidelidad de los clientes, ya que genera su satisfacción. Los destinos turísticos que no cumplan las condiciones de accesibilidad corren el riesgo de quedarse fuera del mercado actual.

La decisión la toma el propietario: ¡la accesibilidad debe integrarse en la estrategia empresarial!

Del mismo modo, las entrevistas a expertos permitieron definir los siguientes pasos a partir de unas **preguntas clave**:

- ¿Qué tipo de personas son las personas con discapacidad?
- ¿Cuáles son las barreras habituales que impiden a la gente acceder a su negocio turístico? ¿A quién beneficia la mejora del acceso?
- ¿Qué está ocurriendo en el área local donde opera la empresa? ¿Cuáles son las formas más baratas de mejorar la calidad de los servicios, las instalaciones y la información?
- ¿Qué hay que tener en cuenta al evaluar los edificios e instalaciones de la empresa? ¿Cómo proporcionar información fiable, útil y detallada sobre la accesibilidad de la empresa? ¿Cómo comunicar mejor la accesibilidad del negocio turístico?

En la siguiente fase, el propietario y los miembros del personal, mientras intentan encontrar respuestas a las preguntas anteriores, se ponen en contacto con diversos **agentes locales para explorar su zona y buscar colaboración**, como por ejemplo:

- El Ayuntamiento, que se ocupa de cuestiones de accesibilidad (alquiler de sillas de ruedas, elevadores y equipos electrónicos).
- Autoridades locales encargadas de las oportunidades de financiación para el desarrollo de la infraestructura empresarial.
- Otras empresas de hostelería, atracciones y parques nacionales (con experiencia en accesibilidad y que reconozcan las ventajas de mejorar el acceso de los visitantes), con el fin de compartir información, poner en común recursos e identificar oportunidades de promoción cruzada y cooperación.
- Redes de accesibilidad.

A continuación, el equipo se centra en encontrar **formas de bajo coste para mejorar la calidad de su servicio, instalaciones e información**, que conduzcan a una **mayor accesibilidad**, e identifica las siguientes:

- Incluir información sobre accesibilidad en los folletos y el sitio web y mantener al día a los distintos Centros de Información al Visitante sobre el negocio turístico.
- Proporcionar información de diferentes maneras, por ejemplo, impresa y en línea.
- Aumentar el acceso a la información sobre la empresa turística (considerar tipos de letra, colores, tamaño, estilo lingüístico, imágenes, formato digital utilizado).

Escenario 2

- Diversificación de los métodos de reserva (en línea a través de diversas plataformas, página web del camping, correo electrónico, teléfono).
- Organización de cursos de formación para el personal (visitas a restaurantes y atracciones accesibles, información básica sobre las barreras de acceso más comunes y estrategias para superarlas).
- Equipar y decorar sus instalaciones (entrada, vestíbulos, habitaciones, baños, restaurante) de la forma que mejor apoye y ayude a todos los huéspedes con diversas discapacidades.
- Proporcionar flexibilidad en el pago.

En relación con la **evaluación de los edificios e instalaciones del negocio turístico**, surgieron otras cuestiones que también deben abordarse:

- ¿Cómo garantizar que las mejoras de acceso beneficien a todos los visitantes? (deben seguirse los principios del Diseño Universal)
- ¿Cómo saber si una empresa turística es accesible? (aparcamiento, cómo llegar a la puerta de entrada, a la recepción, a las habitaciones, cómo moverse por el edificio, portales, ascensores, baños)
- ¿Cómo asegurarse de que los edificios e instalaciones cumplen los requisitos legales?
- ¿Cómo es un buen acceso?

Al llegar a la cuestión sobre cómo **proporcionar información fiable, útil y detallada sobre la accesibilidad del negocio turístico**, el propietario y su equipo estuvieron de acuerdo en que una "*Declaración de Accesibilidad*" que describa la accesibilidad de las diferentes partes del negocio turístico es crucial (el uso de fotos, mapas de la ubicación, mapas de movilidad, ubicación de las instalaciones del negocio, información de accesibilidad sobre el área local) ya que ayudará a los turistas a tomar una decisión informada sobre la visita.

Por último, en relación con la **promoción del negocio accesible**, el equipo piensa que es esencial tener en cuenta lo siguiente:

- Dirigir el marketing de la empresa.
- Incluir a las personas con discapacidad en la publicidad.
- Promover la acreditación de la empresa.
- Incorporar información sobre accesibilidad en los materiales promocionales tanto digitales como impresos.

Escenario 2: Turismo accesible

- Integrar las competencias digitales, sociales y sostenibles de los miembros del personal en una estrategia de accesibilidad turística es una prioridad para la dirección ¿por qué?
- ¿Qué formas de promover negocios turísticos accesibles permitirían aumentar el número de visitantes con discapacidad?
- ¿Por qué es necesario que la dirección de la empresa turística actualice periódicamente el plan de negocio, incluida la accesibilidad?

Escenario 2: Turismo accesible

INTENTA

- Desarrollar un plan de negocio/acción para integrar la accesibilidad en la estrategia de la empresa.
- Implicar en la planificación a miembros del personal, personas con distintas discapacidades, familias, personas mayores, cuidadores y viajeros experimentados que puedan aportar las soluciones más prácticas e innovadoras para mejorar la accesibilidad de la empresa.
- Asegurarte de que la accesibilidad de tu empresa se anuncia claramente.

EVITA

- Afirmar que tu empresa es accesible si no lo es.
- Dejar de lado la accesibilidad de los canales de promoción habituales; éstos deben formar parte de la aplicación de las estrategias de marketing.
- Utilizar jerga, frases largas y acrónimos desconocidos en tus acciones de comunicación y promoción. Debe dirigirse a TODOS los turistas.

Área de competencia 2: **consejos prácticos**



En esta sección encontrarás una lista de consejos prácticos para adoptar **la ética y la responsabilidad social** en las prácticas turísticas de las empresas locales.

Consigue que el desarrollo de los empleados forme parte de tu estrategia empresarial y que la formación ética forme parte del desarrollo de los empleados

Consejo práctico 1

Elabora un marco y un proceso para la resolución de cuestiones éticas

Consejo práctico 2

Contar con un plan de acción en materia de discapacidad transforma los problemas en oportunidades, ya que fomenta la confianza del personal y el enfoque de la organización para lograr una experiencia de visitante inclusiva

Consejo práctico 3

Área de competencia 2: **lectura útil**



En esta sección encontrarás una lista de recursos en línea que te ayudarán a profundizar en el tema de la **ética y la responsabilidad social** en el turismo

Turismo accesible

www.unwto.org/accessibility

Evaluar el impacto social del turismo en las comunidades

<https://vuir.vu.edu.au/id/eprint/2171>

Impacto ambiental del turismo

www.researchgate.net/publication/275349611 Environmental impacts of tourism

Turismo ético y socialmente responsable

www.unwto.org/ethics-culture-and-social-responsibility

Código Ético Mundial para el Turismo

www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism



Cofinanciado por
la Unión Europea

Declaración de Manila sobre el impacto social del turismo

www.univeur.org/cuebc/downloads/PDF%20carte/70%20Manila.PDF

Promover el turismo accesible

www.un.org/development/desa/disabilities/issues/promoting-accessible-tourism-for-all.html

Impacto social del turismo

www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02508281.1986.11014414



Cofinanciado por
la Unión Europea

Has completado el área de competencia 2 ibuen trabajo!



COLABORACIÓN



MINDSHIFT
Talent Advisory



El apoyo de la Comisión Europea a la elaboración de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, que refleja únicamente las opiniones de los autores, no haciéndose la Comisión responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.
NÚMERO DE PROYECTO 2021-1-PT01-KA220-VET-000032948



Cofinanciado por
la Unión Europea