



**Pachet de resurse
pentru consilieri**
domeniul de competență 2
**etică și responsabilitate
socială în turism**

dezvoltat de **SPEKTRUM**



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Pachet de resurse pentru consilieri: introducere

Adresată:

- Consilierilor din domeniul turismului durabil
- Furnizorilor de EFP
- Micilor furnizori de turism

oferă un set de opt resurse de învățare mixtă pentru a sprijini turismul și dezvoltarea locală prin promovarea utilizării durabile și eficiente a resurselor naturale, culturale și economice în regiunile cu cursuri de apă.



etica și responsabilitatea socială în turism: **despre domeniul de competență 2**

Turismul etic și responsabil din punct de vedere social este punctul de întâlnire între așteptările turiștilor și nevoile destinației la nivel de mediu, social și economic. Acest domeniu de competență descrie cunoștințele, aptitudinile și atitudinile pe care consilierul în turism durabil trebuie să le dobândească și să le dezvolte pentru a ghida micii furnizori de servicii turistice din regiunile cu cursuri de apă să inițieze și să aplice practici mai etice și mai responsabile din punct de vedere social în afacerile lor.



etica și responsabilitatea socială în turism: În acest domeniu de competență veți învăța cum să

- definiți etica și turismul responsabil din punct de vedere social, subliniind impactul acestuia asupra micilor întreprinderi turistice, a comunităților locale și a economiei.
- oferiți exemple de întreprinderi și practici turistice etice și responsabile din punct de vedere social.
- sprijiniți micii furnizori de turism care evaluează impactul social și de mediu al activității lor.
- explicați importanța adoptării și integrării Codului mondial de etică pentru turism (UNTWO)
- îndrumați micii furnizori de servicii turistice cu privire la modul de gestionare a funcționării etice a activității lor: 1. lanțul de aprovizionare; 2. comunitatea locală (în destinația turistică); 3. locul de muncă; 4. clienții.
- consiliați micii furnizori de turism să includă accesibilitatea în politicile și strategiile lor comerciale.

Domeniul de competență 2: **orientare**



În această secțiune puteți găsi conținuturi bazate pe cunoștințe care prezintă informații factuale și conceptuale cheie despre subiectele acoperite de **etica și responsabilitatea socială în turism.**

Impactul social și cultural al turismului este reprezentat de modul în care turismul influențează sistemele de valori, comportamentul individual, relațiile familiale, stilul de viață colectiv, comportamentul moral, expresiile creative, ceremoniile tradiționale și organizarea comunității. De fapt, acestea sunt efectele asupra oamenilor din comunitățile gazdă ale interacțiunilor directe și indirecte ale acestora cu turiștii.

Impactul social al turismului



Impactul turismului asupra mediului este complex. Acesta implică multe activități care pot avea efecte negative asupra mediului. Multe dintre acestea sunt legate de construcția de infrastructură generală și de facilitățile turistice. Impactul negativ al dezvoltării turismului poate distruge încet-încet resursele de mediu de care depinde. Pe de altă parte, turismul poate avea efecte pozitive asupra mediului, contribuind la protecția și conservarea mediului. Este o modalitate de sensibilizare a populației cu privire la valorile de mediu și poate servi drept instrument pentru a sprijini protecția zonelor naturale, sporind în același timp importanța economică a acestora.

Impactul turismului asupra mediului

Turismul etic se bazează pe un set de standarde pentru întreprinderile turistice, părțile interesate și turiști, care vizează prevenirea impactului negativ al acțiunilor lor asupra mediului, culturii și comunității locale din destinațiile gazdă. Turismul etic adaugă valoare produselor turistice, oferă oportunități grupurilor defavorizate și sporește experiența autentică, evitând în același timp orice activitate care are un impact negativ asupra mediului și a comunității locale din destinația gazdă.

Turismul etic și responsabil din punct de vedere social



Turismul etic:

- include elemente de întreprindere socială,
- răspunde nevoilor grupurilor vulnerabile,
- oferă oportunități pentru grupurile dezavantajate,
- este ecologic,
- oferă servicii și produse locale excelente,
- sporește experiențele autentice,
- implică populația locală.

Caracteristicile turismului etic

În calitate de cadru de referință cheie pentru un turism responsabil și durabil, Codul etic global pentru turism este un set complet de principii concepute pentru a ghida principalii actori în dezvoltarea turismului. Adresându-se guvernelor, industriei turismului, comunităților, dar și turiștilor, acesta își propune să contribuie la maximizarea beneficiilor sectorului, minimalizând în același timp impactul potențial negativ al acestuia asupra mediului și societăților, respectând drepturile omului și încurajând înțelegerea internațională.

Codul mondial de etică pentru turism



Sprijinirea unui lanț de aprovizionare etic înseamnă că micile companii de turism trebuie să includă în modul în care își desfășoară activitatea aspectele sociale, de mediu și cele legate de drepturile omului.

Un lanț de aprovizionare etic se concentrează pe nevoia de responsabilitate socială, urmărind să producă produse și servicii într-un mod care tratează în mod etic lucrătorii (de exemplu, salarii echitabile, sarcini de muncă durabile, comportament etic la locul de muncă) și mediul înconjurător (de exemplu, materiale din surse cu metode de extracție regenerabile sau cu impact redus).

Lanțul de aprovizionare etic

Etica la locul de muncă este definită ca fiind codul moral care ghidează comportamentul angajaților cu privire la ceea ce este corect și ceea ce este greșit referitor la comportamentul și luarea deciziilor.

Locul de muncă etic

Serviciul clienți etici se referă la adevăr și dreptate și are o varietate de aspecte, cum ar fi satisfacerea și depășirea așteptărilor clienților prin corectitudine, curtoazie, respect, onestitate și transparență.

Serviciul clienți etici

O afacere turistică etică nu numai că contribuie la dezvoltarea socială, ecologică și economică, ci și obține recunoaștere la nivel național și internațional. O afacere turistică etică promovează conștientizarea socială și creează încredere în rândul clienților săi și a întregii comunități, ceea ce duce în cele din urmă la productivitate și vânzări ridicate. Prin urmare, etica în turism este esențială pentru dezvoltarea durabilă a întreprinderilor.

Afaceri turistice etice



O afacere sau o destinație turistică incluzivă se străduiește să ofere experiențe de călătorie pozitive persoanelor cu nevoi diferite (persoane cu dizabilități, persoane în vârstă, familii, persoane cu alergii etc.), abordându-le din diverse perspective și oferind soluții de proiectare și servicii care vizează să acopere cât mai multe grupuri diferite.

Turismul accesibil înseamnă un mediu "incluziv", în care persoanele cu toate abilitățile se simt binevenite și dorite în calitate de clienți și oaspeți.

Afaceri de turism accesibil sau incluziv

Domeniul de competență 2: **tutoriale**



În această secțiune puteți găsi un set de fișe cu sarcini auto-explicative, special concepute pentru a vă oferi provocări din lumea reală și pentru a vă furniza informații practice pentru a vă dezvolta competențele privind **etica și responsabilitatea socială în turism.**

Fișa de sarcini 1: evaluarea impactului social și de mediu al afacerii dvs.

Schiță

Acest card de acțiune are ca scop sprijinirea consilierului în turism durabil în ghidarea micilor furnizori de turism în evaluarea impactului social și de mediu al activității lor. Pentru a realiza acest lucru, consilierul în turism durabil va prezenta un set de strategii și instrumente pentru ca micii furnizori de turism să poată identifica un set de indicatori pentru a evalua impactul social și de mediu al produselor și serviciilor lor turistice.

Acțiunea 1: colectarea de informații

Pasul 1: consultați Declarația de la Manila privind impactul social al turismului (1997)

Pasul 2: accesați și vizionați videoclipuri pe Youtube despre impactul social și de mediu al turismului

Pasul 3: consultați Standardele internaționale Green Globe pentru turism durabil la www.greenglobe.com/criteria-indicators

source: freepik.com



Acțiunea 2: **cercetare și reflecție**

Pasul 1: reflectați asupra impactului social și de mediu pe care propriile produse și servicii turistice îl pot avea asupra comunității locale.

Pasul 2: Cercetați, citiți despre și reflectați asupra evaluării impactului social al turismului (SIA).

Pasul 3: citiți despre și reflectați asupra LCA (Life Cycle Assessment) în turism.

source: : freepik.com



Acțiunea 3: **definirea și evaluarea**

Pasul 1: definiți setul de indicatori de impact social și de mediu legați de propria afacere, pe baza cercetărilor efectuate.

Pasul 2: definirea scalei de evaluare a diferiților indicatori.

Pasul 3: efectuați evaluarea impactului în funcție de setul de indicatori pe care l-ați stabilit.

source: : freepik.com



Prin utilizarea acestei fișe de acțiune, ați învățat despre diferitele efecte (sociale și de mediu) pe care turismul în general și întreprinderile turistice în special le au asupra regiunilor și comunităților locale, precum și despre modalitățile de măsurare a acestora. Nu ezitați să folosiți alte instrumente și metode de evaluare mai potrivite pentru contextul și competențele dumneavoastră de afaceri.

Pentru a asigura și a îmbunătăți durabilitatea afacerii dumneavoastră în domeniul turismului pe termen lung, se recomandă evaluarea periodică a impactului activităților dumneavoastră turistice.

rezumat

Fișa de sarcini 2: adoptarea și integrarea Codului mondial de etică în turism

schiță

Codul global de etică pentru turism (GCET) este un set cuprinzător de principii de turism durabil, adresat guvernelor, industriei turismului, comunităților și turiștilor. Scopul său este de a contribui la maximizarea beneficiilor sectorului, minimalizând în același timp impactul potențial negativ al acestuia asupra mediului, societăților și patrimoniului cultural din întreaga lume.

Această fișă de acțiune își propune să sprijine consilierul în turism durabil în ghidarea micilor furnizori de turism în înțelegerea importanței adoptării și integrării GCET în operațiunile lor de afaceri în turism.

Acțiunea 1: **cercetare**

Pasul 1: accesați portalul OMT la adresa

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

Pasul 2: Citiți despre cele 10 principii ale GCET

Pasul 3: Reflectați asupra importanței și valorilor etice transmise de fiecare principiu

source: freepik.com



Acțiunea 2: **harta**

Pasul 1: găsiți (prin cercetare documentară sau în cadrul rețelei dvs. de afaceri) practici/initiative turistice reale (bune) relevante pentru fiecare principiu.

Pasul 2: analiza elementelor care se referă în mod clar la GCET pe care aceste inițiative turistice le folosesc în comunicarea lor.

Pasul 3: gândiți-vă de ce aceste cazuri par atractive.

source: : freepik.com



Acțiunea 3: să înțeleagă

Pasul 1: identificați principiile GCET relevante pentru propria afacere turistică

Pasul 2: enumerați oportunitățile și beneficiile care rezultă din adoptarea acestora de către afacerea dvs. turistică

Pasul 3: brainstorming asupra modalităților de implementare a acestora în operațiunile turistice și asupra modului în care acestea influențează obiectivele strategice ale afacerii dvs.

source: : freepik.com



Prin utilizarea acestei Fișe de acțiune, ați învățat despre importanța adoptării și integrării principiilor Codului etic global pentru turism, precum și despre oportunitățile și beneficiile implementării celor care sunt cele mai relevante pentru propria dvs. afacere în domeniul turismului.

Etica este un element crucial în orientarea obiectivelor strategice, a obiectivelor pe termen scurt și pe termen lung, precum și a obiectivelor pe termen lung pentru durabilitatea companiei dumneavoastră. Prin urmare, integrarea sa continuă în operațiunile dumneavoastră de turism este esențială pentru succesul afacerii dumneavoastră.

rezumat



Domeniul de competență 2: **resurse practice**



În această secțiune puteți găsi situații bazate pe scenarii concepute special pentru a ilustra modul în care **etica și responsabilitatea socială** în domeniul de competență turistică pot fi puse în practică de către micii furnizori de servicii turistice.



source: freepik.com

Scenariul 1: operațiuni turistice etice

Proprietara unui mic hotel de pe malul unui lac dorește să integreze standarde etice în activitatea sa, deoarece este conștientă că acest lucru poate îmbunătăți semnificativ imaginea hotelului, competitivitatea și poate atrage mai mulți turiști.

În urma unor cercetări, decide să stabilească o serie de reguli și acțiuni etice legate de următoarele domenii de activitate ale hotelului: lanțul de aprovizionare, comunitatea locală, locul de muncă, clienții.

Scenariul 1

Proprietara unui mic hotel de pe malul unui lac intenționează să integreze standarde etice în activitatea sa, deoarece este conștientă că acest lucru poate crește semnificativ competitivitatea hotelului și poate atrage mai mulți turiști sau poate crește loialitatea acestora, dar trebuie să înțeleagă de ce și cum se produce această schimbare.

După ce a condus discuții de grup cu personalul companiei despre activitățile hotelului în care apar principalele probleme de etică, precum și cu actori locali și experți în standarde de certificare a turismului etic și responsabil din punct de vedere social și cu actori ai comunității locale, dar și după ce a consultat Codurile globale de etică pentru turism și feedback-ul turiștilor, a reușit să definească un set de standarde și reguli care se referă la funcționarea etică a hotelului în următoarele domenii: 1) lanțul de aprovizionare, 2) comunitatea locală, 3) locul de muncă și 4) clienții.

Primele rezultate ale cercetării sale arată că un număr tot mai mare de turiști cer lanțuri de aprovizionare etice de la hoteluri în schimbul loialității. Prin urmare, trebuie luate măsuri specifice pentru un lanț de aprovizionare etic, luând în considerare următoarele acțiuni importante:

- parteneriatul cu mărci de furnizori locali și/sau etici, ale căror valori fundamentale se aliniază cu cele ale hotelului
- utilizarea de alimente și servicii de proveniență locală
- aprovizionarea cu materiale provenite din surse regenerabile sau cu metode de extracție cu impact redus
- alegerea unui transport mai ecologic
- reducerea și eliminarea deșeurilor și a ambalajelor
- utilizarea de materiale reciclate
- utilizarea resurselor într-un mod durabil (apă, gaz, electricitate)

Pe baza interviurilor cu localnicii (autorități locale și actori ai economiei locale, alte întreprinderi și cetățeni din regiunea în care operează hotelul), proprietarul concluzionează, de asemenea, că următoarele standarde trebuie respectate/respectate de către managementul hotelului:

- să angajeze personal local;
- să se aprovizioneze cu produse și servicii la nivel local;
- să plătească taxele de afaceri relevante;
- să coopereze pentru a fi ambasadorul destinației locale;
- să arate apreciere pentru modul în care localnicii fac ca destinația să fie grozavă prin donații către organizații non-profit, sprijinirea antreprenorilor locali, participarea la proiecte de voluntariat și implicarea la diferite niveluri;
- să protejeze resursele naturale locale și să evite producerea de deșeuri.

Interviurile în profunzime cu membrii personalului din echipa hotelului i-au confirmat cu tărie convingerea că următoarele standarde sunt esențiale pentru un loc de muncă etic:

- să pună în aplicare practici de angajare corecte, să fie echitabile în ceea ce privește angajarea femeilor, a tinerilor și a minorităților locale, limitând în același timp munca copiilor;
- să asigure salarii echitabile și să ofere protecție socială;
- să ofere personalului companiei instrumentele, educația și formarea (inclusiv în domeniul eticii) pentru a se dezvolta;
- investiți în echipă și oferiți un mediu de lucru pozitiv - "o echipă fericită duce la oaspeți fericiți";
- respectă cele 3 principii privind munca forțată;
- să încurajeze toți angajații să fie exigenți în ceea ce privește etica.

Comentariile oferite de oaspeții hotelului în ultima perioadă au servit drept bază pentru a defini majoritatea regulilor cheie care trebuie respectate de personalul hotelului în ceea ce privește etica în ceea ce privește îngrijirea clienților:

- să trateze toți turiștii cu onestitate, demnitate și egalitate, să le apere bunăstarea;
- să asigure securitatea, sănătatea și siguranța turiștilor;
- să prețuim și să respectăm feedback-ul clienților;
- să fie deschiși și să cunoască diferite stiluri de viață, valori culturale și așteptări ale turiștilor;
- să ofere turiștilor informații obiective și oneste despre locul de destinație și despre condițiile de ospitalitate, sejururi, precum și despre clauzele contractuale propuse.

Scenariul 1: operațiuni turistice etice

- Ce alte reguli legate de operațiunile etice în domeniul lanțului de aprovizionare, al comunității locale, al locului de muncă și al clienților ar putea adopta proprietarul hotelului?
- În ce măsură promovarea atitudinii etice a hotelului ar influența alegerea turiștilor?
- Regulile/acțiunile întreprinse de hotel vor crește gradul de conștientizare a turiștilor cu privire la importanța de a deveni turiști etici?

Scenariul 1: operațiuni turistice etice

ÎNCERCAȚI să

- Efectuați o cercetare cuprinzătoare a diferitelor aspecte relevante pentru profilul dvs. de afaceri înainte de a dezvolta un set de acțiuni pentru implementarea eticii.
- Implicați membrii personalului dumneavoastră și actorii economiei locale pentru a cunoaște diverse perspective.
- Comunicați etica afacerii dvs. pentru a-i îmbunătăți imaginea publică.

EVITAȚI să

- Integrați etica în principalele domenii de activitate fără a efectua o analiză cost-beneficiu a consecințelor.
- Nu includeți etica în declarațiile de misiune și viziune. Personalul dvs. trebuie să înțeleagă că valorile și standardele etice sunt parte integrantă a afacerii dvs.
- Să fiți prea ambițioși în ceea ce privește integrarea eticii în operațiunile dumneavoastră, fără a avea capacitățile necesare pentru a o pune în aplicare.



source: unsplash.com

Scenariul 2: Turismul accesibil

O tabără de case mobile pe malul unui lac de dimensiuni medii, situată într-un loc de vacanță foarte renumit, se confruntă cu o scădere notabilă a numărului de turiști care accesează locul de vacanță.

După o investigație amănunțită a posibilelor motive, proprietarul campingului recunoaște că afacerea turistică trebuie să găsească modalități durabile de a-și îmbunătăți imaginea și de a atrage noi vizitatori.

O tabără de case mobile pe malul unui lac de dimensiuni medii, situată într-un loc de vacanță popular dintr-o anumită regiune, se confruntă cu o scădere notabilă a numărului de turiști care accesează locul de vacanță.

Proprietarul împreună cu echipa sa efectuează cercetări în regiune, unde funcționează unități de cazare similare, dar situate în locații mai puțin atractive. Rezultatele sunt șocante: în ciuda faptului că campingul de case mobile este situat în cel mai frumos și popular sit natural, acesta primește cel mai mic număr de turiști din zonă. Proprietarul recunoaște că afacerea sa trebuie să găsească urgent modalități de a-și îmbunătăți imaginea și de a atrage noi vizitatori, cel mai probabil **sunt necesare îmbunătățiri** în ceea ce privește **accesibilitatea**.

Întrebarea este dacă acest lucru este cu adevărat necesar și cum ar trebui planificate și implementate aceste schimbări?

Primul pas în procesul de concepere și implementare a acestei schimbări a fost colectarea de informații cu privire la implicațiile pe care le presupune integrarea accesibilității în strategia companiei.

În urma unor interviuri de consultare cu experți în accesibilitate, proprietarul a aflat următoarele:

- Persoanele cu handicap reprezintă 15% din populația mondială
- Îmbunătățirea accesului la o afacere în domeniul turismului va permite accesarea unei piețe mari și în creștere.
- Investițiile în accesibilitate sporesc competitivitatea și consolidează loialitatea clienților, deoarece generează satisfacția acestora.
Destinațiile turistice care nu reușesc să îndeplinească condițiile de accesibilitate riscă să se afle în afara pieței actuale.

Decizia este luată de proprietar, accesibilitatea trebuie să fie integrată în strategia de afaceri!

Interviurile cu experții au condus, în mod similar, la următorii pași logici care trebuie parcurși prin concentrarea asupra **întrebărilor-cheie**:

- Cine sunt personajele persoanelor cu dizabilități?
- Care sunt barierele obișnuite care îi împiedică pe oameni să aibă acces la afacerea dvs. turistică? Cine beneficiază de un acces îmbunătățit?
- Ce se întâmplă în zona locală în care își desfășoară activitatea întreprinderea? Care sunt modalitățile mai puțin costisitoare de îmbunătățire a calității serviciilor, facilităților și informațiilor?
- Ce trebuie să luați în considerare atunci când evaluați clădirile și instalațiile companiei? Cum să furnizați informații fiabile, utile și detaliate privind accesibilitatea întreprinderii? Cum să comunicați cel mai bine accesibilitatea afacerii turistice?

În faza următoare, proprietarul și membrii personalului, în timp ce încearcă să găsească răspunsuri la întrebările de mai sus, contactează diverși **actori locali pentru a explora zona lor locală și pentru a căuta colaborare**, cum ar fi:

- Consiliul local care se ocupă de probleme de accesibilitate (scaune cu roțile, dispozitive de ridicare și echipamente electronice de închiriat);
- Autoritățile locale responsabile de oportunitățile de finanțare pentru dezvoltarea infrastructurii de afaceri;
- Alte întreprinderi din domeniul ospitalității, atracții, parcuri naționale (cu experiență în domeniul accesibilității și care recunosc beneficiile creșterii accesului pentru vizitatori) - pentru a face schimb de informații, a pune în comun resurse și a identifica oportunități de promovare încrucișată și cooperare;
- Rețele care se ocupă de accesibilitate.

Apoi, echipa se concentrează pe găsirea unor **modalități cu costuri reduse de îmbunătățire a calității serviciilor, a facilităților și a informațiilor, care să conducă la o mai mare accesibilitate**, și le identifică pe cele de mai jos:

- Includerea de informații privind accesibilitatea în broșuri și pe site-ul web și menținerea la zi a diverselor centre de informare a vizitatorilor cu privire la activitatea turistică.
- Furnizarea de informații în diferite moduri, inclusiv în format tipărit și online.
- Creșterea accesului la informații despre activitatea de turism (a se lua în considerare fonturile, culorile, dimensiunea, stilul lingvistic, imaginile, formatul digital utilizat).

Scenariul 2

- Diversificarea metodelor de rezervare (online prin diverse platforme, site-ul campingului, e-mail, telefon).
- Organizarea de cursuri de formare pentru personal (vizite la restaurante accesibile, atracții; informații de bază despre barierele comune în calea accesului și strategii pentru a le aborda).
- Echiparea și decorarea facilităților dumneavoastră (intrare, holuri, camere, băi, restaurant) în moduri care să sprijine cât mai bine toți oaspeții cu diverse dizabilități.
- Oferirea de aranjamente flexibile pentru check-out.

În ceea ce privește evaluarea clădirilor și a facilităților pentru întreprinderile turistice, au apărut câteva întrebări suplimentare care trebuie abordate în mod similar:

- Cum să ne asigurăm că îmbunătățirile accesului sunt în beneficiul tuturor vizitatorilor? (se vor urma principiile Centrului pentru design universal).
- Cum să aflați cât de accesibilă este o afacere din turism? (parcarea mașinii, cum să ajungeți la ușa din față, recepția, camerele, în jurul clădirii, ușile, lifturile, băile).
- Cum să vă asigurați că clădirile și instalațiile îndeplinesc cerințele legale?
- Cum arată un acces bun?

Când s-a ajuns la întrebarea cum să se **furnizeze informații fiabile, utile și detaliate privind accesibilitatea afacerii turistice**, proprietarul și echipa sa au fost de acord că o "Declarație de acces" care să descrie accesibilitatea diferitelor părți ale afacerii turistice este crucială (utilizarea de fotografii, hărți ale locației, hărți de mobilitate, locația facilităților comerciale, informații despre accesibilitatea zonei locale, este esențială), deoarece va ajuta turiștii să ia o decizie informată cu privire la locul pe care să-l viziteze.

În cele din urmă, legat de **promovarea afacerii accesibile, echipa crede că** este esențial să se ia în considerare:

- Direcționarea marketingului afacerii
- Includerea persoanelor cu handicap în publicitate
- Promovarea acreditării afacerii
- Încorporarea de informații privind accesibilitatea în materialele promoționale digitale și tipărite

Scenariul 2: Turismul accesibil

- Este integrarea competențelor digitale, sociale și durabile ale membrilor personalului într-o strategie de accesibilitate turistică o prioritate pentru management, de ce?
- Ce modalități de promovare a turismului accesibil ar duce la o creștere a numărului de vizitatori cu dizabilități?
- De ce este necesară o actualizare periodică a planului de afaceri, inclusiv al accesibilității, de către conducerea întreprinderii de turism?

Scenariul 2: Turismul accesibil

ÎNCERCAȚI să

- Elaborați unui plan de afaceri/plan de acțiune pentru a integra accesibilitatea în strategia companiei.
- Implicați în procesul de planificare membrii personalului, persoanele cu diverse dizabilități, familiile, persoanele în vârstă, îngrijitorii, călătorii cu experiență, care pot oferi cele mai practice și inovatoare soluții pentru a îmbunătăți accesibilitatea întreprinderii.
- Vă asigurați că accesibilitatea afacerii dumneavoastră este anunțată în mod clar.

EVITAȚI să

- Pretindeți că afacerea dvs. este accesibilă dacă nu este așa.
- Lăsați deoparte accesibilitatea de la canalele promoționale obișnuite, acestea ar trebui să facă parte din implementarea strategiilor de marketing.
- Folosiți jargonul, propozițiile lungi și acronimele necunoscute în acțiunile de comunicare și promovare. Trebuie să vă adresați TUTUROR turiștilor.

Domeniul de competență 2: **sfaturi practice**



În această secțiune puteți găsi o listă de verificare a punctelor pentru a adopta practici de **etică și responsabilitate socială** în turism în întreprinderile locale de turism.

Integrați dezvoltarea angajaților în strategia dumneavoastră de afaceri și faceți din formarea în domeniul eticii o parte din dezvoltarea angajaților.

Sfat practic 1

Să dispună de un cadru și de un proces de soluționare a problemelor etice.

Sfat practic 2

Existența unui plan de acțiune pentru persoanele cu handicap transformă problemele în oportunități, prin consolidarea încrederii personalului și a concentrării organizaționale pentru a obține o experiență incluzivă pentru vizitatori.

Sfat practic 3

Domeniul de competență 2: **lectură utilă**



În această secțiune puteți găsi o listă de resurse online relevante pentru a vă ajuta să aprofundați **etica și responsabilitatea socială în turism.**

Accessible tourism

www.unwto.org/accessibility

Assess the social impact of tourism within communities

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

Environmental impacts of tourism

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

Ethical and social responsible tourism

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

Global Code of Ethics for Tourism

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



Manila Declaration on the Social Impact of Tourism

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

Promoting accessible tourism

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

Social impacts of tourism

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



Ați finalizat domeniul de competență 2. Felicitări!



PARTENERIAT



MINDSHIFT
Talent Advisory



Srijinul acordat de Comisia Europeană pentru realizarea acestei publicații nu constituie o aprobare a conținutului, care reflectă doar opiniile autorilor, iar Comisia nu poate fi considerată responsabilă pentru orice utilizare care ar putea fi făcută de informațiile conținute în această publicație.
NUMĂR DE PROIECT 2021-1-PT01-KA220-VET-000032948



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union