

# RSC Y TURISMO SOSTENIBLE PARA EMPRESAS TURÍSTICAS

## SOSTENIBILIDAD COMO OPORTUNIDAD HOY PARA EL TURISMO

**A QUIÉN VA DESTINADO** propiedad, dirección, personal responsable y mandos intermedios de las empresas turísticas: hoteles, gestores de alojamientos turísticos, restaurantes, servicios de catering y gastronomía en general, organizadores de eventos y excursiones, agencias de viajes, compañías de transporte y todas las personas interesadas en el tema.

**PARA QUÉ CAPACITA** facilitar herramientas y conocimientos necesarios para aterrizar las prácticas sostenibles en el día a día de la empresa turística, de manera que generen más valor en los servicios/productos que ofrece y un vínculo más significativo con su clientela y resto de cadena de valor. Contribuir a identificar sinergias y generar alianzas entre los actores turísticos que participan, para ser más resilientes, optimizar recursos y potenciar juntos un mayor impacto positivo en el destino donde operan.

MODALIDAD PRESENCIAL - AULA VIRTUAL		REQUISITOS
<b>FECHAS</b> (5 sesiones)	Lunes 11/03/24 - Miércoles 13/03/24 Lunes 18/03/24 - Miércoles 20/03/24 Lunes 25/03/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ordenador con cámara, micrófono y altavoces.</li> <li>• Conexión fluida a Internet.</li> <li>• Navegador Firefox Mozilla (óptimo) o Explorer.</li> </ul>
<b>HORARIO</b>	09:30 a 12:30	
<b>TOTAL</b>	15 horas	

**PRECIO** 195€ (bonificable 100%)<sup>1</sup>

### CONTENIDOS

#### 1. TURISMO SOSTENIBLE Y EMPRESA TURÍSTICA

Seguridad, Responsabilidad y Sostenibilidad (Agenda 2030: ODS, Objetivos de Desarrollo Sostenible)  
Base conceptual y su vinculación con la realidad de las empresas turísticas hoy

#### 2. ATRAER, MOTIVAR, FORMAR Y RETENER TALENTO EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

Sostenibilidad como palanca de gestión de RR.HH.  
Vinculación con los ODS 3, 5, 8 y 10  
Derechos Humanos: Salud y bienestar, prácticas laborales dignas y colectivos especialmente vulnerables  
Empleo juvenil y estrategia "employer branding"

#### 3. IGUALDAD DE GÉNERO Y GESTIÓN DE LA DIVERSIDAD: UNA INVERSIÓN PARA GANAR COMPETITIVIDAD

Cómo implementar un plan de igualdad que contribuya a mejorar la productividad y el bienestar del equipo (ODS 5)  
Bases para gestionar la diversidad con éxito

#### 4. LA CONTRATACIÓN INCLUSIVA: OPORTUNIDAD Y RESPONSABILIDAD: LA LGD (Ley General de Discapacidad)

Experiencias de contratación de personas con discapacidad / capacidades diferentes y su impacto positivo en equipos y clientela (ODS 10)  
Introducción a la Ley General de Discapacidad y bonificaciones  
Experiencias de contratación de colectivos en riesgo de exclusión

#### 5. ALIANZAS WIN-WIN CON CADENA DE SUMINISTRO

Outsourcing responsable: Códigos de Conducta para Proveedores  
Compras verdes y/o responsables (ODS 11 y 12)  
Negocios inclusivos (comprar a empresas sociales/ONG/Centros Especiales de Empleo)  
¿Cómo formar al talento y explicar a la clientela para rentabilizar las decisiones de compra responsable?  
Taller práctico sobre compra responsable

#### 6. ¿CÓMO EVITAR EL DERROCHE ALIMENTARIO?

Apuntes sobre cómo evitar el despilfarro alimentario (ODS 2)  
Experiencias y herramientas de gestión del derroche  
Experiencias y oportunidades que genera la gestión de excedentes alimentarios

#### 7. GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL RESPONSABLE Y LA ECONOMÍA CIRCULAR

Contratar a una empresa social para la gestión de residuos  
Hacia una economía más circular: las 3 R + Rethink  
Ámbitos y experiencias clave de la gestión medioambiental en las empresas turísticas

#### 8. CONTRIBUIR A MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA EN EL BARRIO/DESTINO

Acción social estratégica: bases y papel clave de la comunidad local en el turismo sostenible  
Las empresas turísticas y su papel en la reducción de la pobreza, el hambre y las desigualdades (ODS 1, 2 y 10)  
¿Cómo hacer que la colaboración con ONG/entidades del barrio contribuya a mejorar la competitividad y genere un máximo impacto positivo en la comunidad?  
Tipos y criterios de acción social para saber explicar y decidir mejor. Claves para una alianza empresa + ONG/empresa social

#### 9. FIDELIZAR Y ATRAER CLIENTELA CONECTANDO CON EL PROPÓSITO

El propósito y la motivación trascendente: generadores de vínculos inolvidables y duraderos  
Factores clave de la sostenibilidad para una comunicación efectiva: coherencia, consistencia y escucha activa  
Comunicación interna: esencial para garantizar la externa  
Mensajes clave de la gestión sostenible en todas las dimensiones: social, medioambiental, cultural y económica  
Medios y soportes de comunicación efectiva con la clientela  
La sostenibilidad como "driver" para generar una experiencia emocional más enriquecedora e inolvidable  
Fuentes de información y comunicación esenciales para difundir nuestros logros y seguir aprendiendo  
La memoria de sostenibilidad y el marco regulatorio sobre la obligatoriedad del reporte de información no financiera: medio ambiente, derechos humanos, recursos humanos y no corrupción

1. Para los trabajadores en activo contratados en régimen general (no autónomos), el importe total de este curso se puede bonificar 100% a través de la **Fundación Estatal para la Formación en el Empleo**, con el crédito anual que cada empresa dispone para realizar formación. Le informamos del crédito disponible de su empresa.