

RSC Y TURISMO SOSTENIBLE PARA EMPRESAS TURÍSTICAS

LA SOSTENIBILIDAD COMO OPORTUNIDAD 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
FECHAS (5 sesiones)	Lunes 26/10/26 - Miércoles 28/10/26 Lunes 02/11/26 - Miércoles 04/11/26 Lunes 09/11/26	• Ordenador con cámara, micrófono y altavoces. • Conexión fluida a Internet. • Navegador Firefox Mozilla (óptimo) o Explorer.
HORARIO	09:30 a 12:30	
TOTAL	15 horas	

PRECIO 195€ (bonificable 100%)¹

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 transcendente: 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 contratados en régimen general (no autónomos), el importe total del curso se puede bonificar 100% a través de la **Fundación Estatal para la Formación en el Empleo**, con el crédito anual para formación que disponen las empresas. **INFORMAMOS DEL CRÉDITO DISPONIBLE DE SU EMPRESA.**