



Mesa 1:

TURISMO SOSTENIBLE Y APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS NATURALES

Existe la necesidad de diferenciar entre turismo sostenible y desarrollo sostenible, hay que plantear la necesidad de que el **turismo se desarrolle a través de la conservación y cuidado de los recursos existentes.**

Hay que tener en cuenta como plantear el turismo sostenible y hacia donde queremos llegar, es decir, **que no se sobreexploten las zonas turísticas, que se conciencie al turista.** Se debe proteger y no degradar el medio: es más sostenible un menor beneficio unido a la conservación y no sobreexplotación del medio para poder seguir obteniendo rentabilidad a largo plazo, que la obtención de grandes beneficios en la actualidad pero degradando el territorio.

Se debe realizar un análisis del trabajo de la tierra, de la artesanía, de la población rural y de la importancia **de concienciar a la gente en cuanto a la recuperación** del entorno, adaptando las nuevas tecnologías a las actividades y costumbres de las islas.

Un aspecto importante ha de ser la **diversificación de los recursos existentes que se dirigen al desarrollo sostenible.** Se suelen apoyar los mismos sectores de actividad, los cultivos típicos, lo de siempre; hay que combinarlo con aspectos novedosos, no existe demasiada perspectiva innovadora para enfocar las ayudas y subvenciones, no se busca financiar nuevos productos ni novedosas estrategias de turismo sostenible, se tiende a lo mismo de siempre.

Se tiene que **aprovechar el espacio natural y cultural de las zonas agrarias**, fomentar desde el reciclado hasta los valores culturales que conlleva el espacio agrario, impulsar la vuelta al campo pero en condiciones económicas rentables, analizando la realidad actual de la agricultura, es decir, coordinando los avances tecnológicos con los valores tradicionales del mundo rural para obtener un sector competitivo, productivo y sostenible.

A la hora de realizar **visitas turísticas** se deben observar los trabajos rurales y tradicionales canarios, tanto los más artesanales o rudimentarios como los que implementen determinados avances tecnológicos. No realizar las visitas con el único objetivo de la compra del producto sino en base a la concienciación y fomento de los valores del mundo rural y al conocimiento y valoración de la cultura agraria. Además, en este aspecto del turismo sostenible, sólo se fomentan determinados sectores del ámbito rural; habría que potenciar otros como pueden ser el sector textil.

Un aspecto a desarrollar es la **potenciación de los recursos naturales existentes**, dirigiendo los esfuerzos hacia los que están poco aprovechados como son la astronomía, los volcanes, los tipos de suelos, etc.

En definitiva **es necesaria la responsabilidad social corporativa y una mejor planificación** y dirección de los recursos de las diferentes instituciones para lograr un turismo sostenible a través de un desarrollo sostenible.



Mesa 2:

LA INNOVACIÓN EN LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

¿Cómo se implanta un proceso de coaching en un alojamiento turístico?

La clave es la **COHERENCIA**: si se pretende que un empleado trate adecuadamente a un cliente, **el superior debe tratar bien a ese empleado, tiene que dar ejemplo** de cómo hay que tratar a los demás y que el empleado se sienta a gusto en su puesto.

El coaching implica **TRANSPARENCIA**: todos y cada uno de **los empleados conocen los resultados económicos** mensuales de la empresa y, son conscientes, de que su trabajo va más allá de servir una mesa o limpiar una habitación, que son parte fundamental en el conjunto del proceso productivo.

El proceso de coaching en el Hotel Paradise Park comenzó con reuniones una vez al mes con los directivos de la empresa. Las primeras reuniones se centraron en analizar los presupuestos, porque se quería empezar con lo más fácil y concreto de observar y de analizar.

Poco a poco, reunión a reunión, se fue observando la necesidad de comunicación entre los diversos estamentos de la empresa y la importancia de conocer la realidad de los compañeros en su día a día, es decir, conocer las situaciones a las que se enfrentan en los diferentes puestos de trabajo.

En las reuniones mensuales no se planteaban cuales eran los problemas sino cuales eran las áreas de mejora en donde se podía incrementar el rendimiento, se buscaba siempre la parte positiva.

Las reuniones comenzaron por la alta dirección, para luego pasar a ser reuniones con todo el personal. Antes de finalizar cada reunión se preparaba la siguiente: ¿de que hablamos el próximo mes? Esta pregunta generaba debate y provocaba que los propios empleados detectaran los aspectos a mejorar y, así, se pensara en ellos para la siguiente reunión.

En el coaching la experiencia es un arma de doble filo: los empleados con mucha experiencia en determinadas ocasiones son reacios al coaching porque piensan que nadie les puede enseñar nada nuevo.

En el **coaching** nunca se pregunta “Por qué” sino que **se pregunta “Para qué”**

Es muy importante **que las empresas estén compuestas por grupos de trabajos mixtos** para que den una visión más global de la empresa. Es decir, que el equipo de trabajo esté formado por gente con bastante experiencia y gente que no la posea tanto, lo que implicará mayor complementariedad, pudiendo aprender unos de otros.

En algunos casos, los empresarios no valoran lo suficiente a sus empleados y no se plantean la importancia de los mismos, sobre todo, en las empresas de servicios. En muchas ocasiones los



empresarios sólo buscan aumentar las ventas, rentabilidad. Hay que buscar la combinación exacta entre satisfacción del personal e incremento del beneficio.

A la hora de trabajar con los recursos humanos y conocer sus inquietudes hay que tener en cuenta que **“no es lo mismo oír que escuchar”**

Un proceso de coaching en un alojamiento turístico no debería ser innovación, sino que debería estar implantado en todas y cada una de estas empresas, dada la importancia que tienen los recursos humanos en una empresa de servicios turísticos.

Mesa 3:

LAS TICs EN EL SECTOR TURÍSTICO

¿Hasta qué punto el binomio turismo-servicios/nuevas tecnologías está finalizado?

No todo está inventado. La suma de los elementos ya existentes puede dar múltiples posibilidades para el desarrollo empresarial.

Un aspecto relevante a la hora de innovar son **las recomendaciones de los clientes** para poder dar respuesta a las necesidades de la demanda. La percepción de los clientes es básica para poder analizar las deficiencias en la empresa y así poder mejorar e incorporar innovaciones. En este sentido hay que tener en cuenta la protección de los datos e información de los mismos.

Hay que aprovechar **el valor de la información del usuario**. A la hora de promocionar una empresa, las recomendaciones de los usuarios se convierten en el aspecto más relevante a la hora de publicitar el negocio que cualquier otra campaña de marketing.

Cada vez son más los clientes que utilizan internet tanto en la fase de preparación del viaje como durante el mismo. Hay que apostar por los criterios de reserva que centralicen todos estos aspectos en la red.

Se debe fomentar la **georreferenciación de los servicios turísticos**. Para ello es necesaria una mayor cooperación y colaboración de las instituciones en materia de innovación y desarrollo.

Propuesta de **autofinanciación de información**: Utilizar la publicidad en la red (banners, anuncios...) como medida para financiar las necesidades de evolución de las TICs aplicadas al sector turístico.

Existe poca especialización profesional en el desarrollo de proyectos desde la administración. Además, hay que potenciar los recursos locales y las pymes canarias.