



Universidad
Nacional
de Quilmes



unimc
UNIVERSITÀ DI MACERATA

l'umanesimo che innova

I WORKSHOP INTERUNIVERSITARIO

**“Estrategias innovativas en la gestión y valorización
del paisaje cultural: experiencias italianas y
argentinas en comparación”**

**“Strategie innovative nella gestione e valorizzazione
del paesaggio culturale: esperienze italiane e
argentine a confronto”**

Università di Macerata - Dipartimento di scienze della formazione, del beni culturali e
del turismo

Universidad de Quilmes - Departamento de Economía y Administración

14/04/2014

Innovación aplicada a la Seguridad, Derechos humanos e Inclusión social en el turismo

**Eje Temático: Seguridad, derechos humanos e inclusión
social en el turismo**

**Profesor Luis Alberto Grünewald
Universidad de Quilmes - Departamento de Economía y Administración**

Estrategias innovativas en la gestión y valorización de la seguridad, los derechos humanos y la inclusión social en espacios culturales

I+D Seguridad, Derechos humanos e inclusión social en el turismo. Análisis de la seguridad y la accesibilidad para las personas con capacidades restringidas.

EJES DE TRABAJO

SEGURIDAD TURÍSTICA



DERECHOS HUMANOS



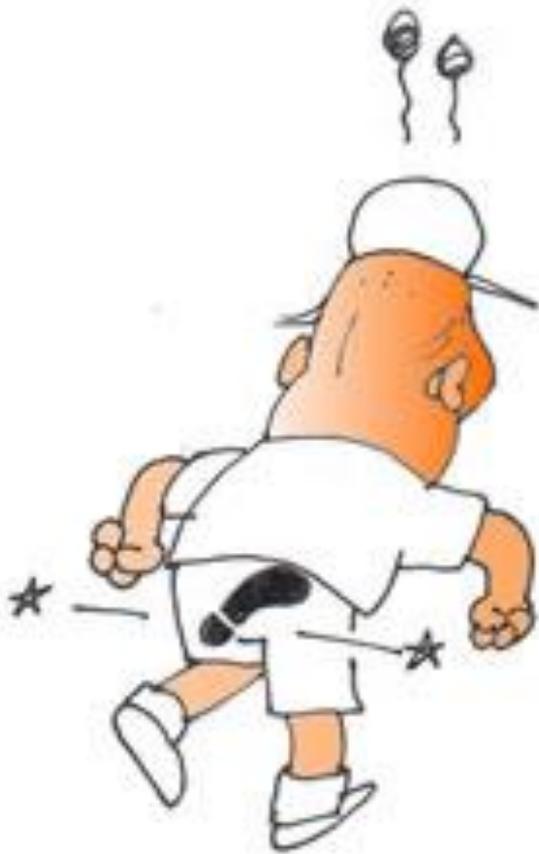
SEGURIDAD DE NIÑOS, NIÑAS
Y ADOLESCENTES -SEGNNYA-



INCLUSIÓN SOCIAL



INNOVACION: SENSIBILIZACIÓN TURÍSTICA



Es el proceso formativo de cambio de conductas y conocimiento de la actividad turística de un destino.

Este proceso apunta a convertir a la comunidad residente y los prestadores de servicios, en actores de su propio desarrollo

**SIN UNA CONCIENCIA TURÍSTICA
NO HAY TURISMO**

¿Qué diablos es la innovación en ST, DH e IS en el espacio cultural?



INNOVACIÓN

Innovar implica introducir algo nuevo, lo que significa crear nuevos conceptos e ideas, en este caso en el mundo de la seguridad, derechos humanos e inclusión social, que originen nuevos procesos, productos, servicios y estrategias en el campo empresarial.

La creatividad puesta en práctica

SEGURIDAD TURÍSTICA

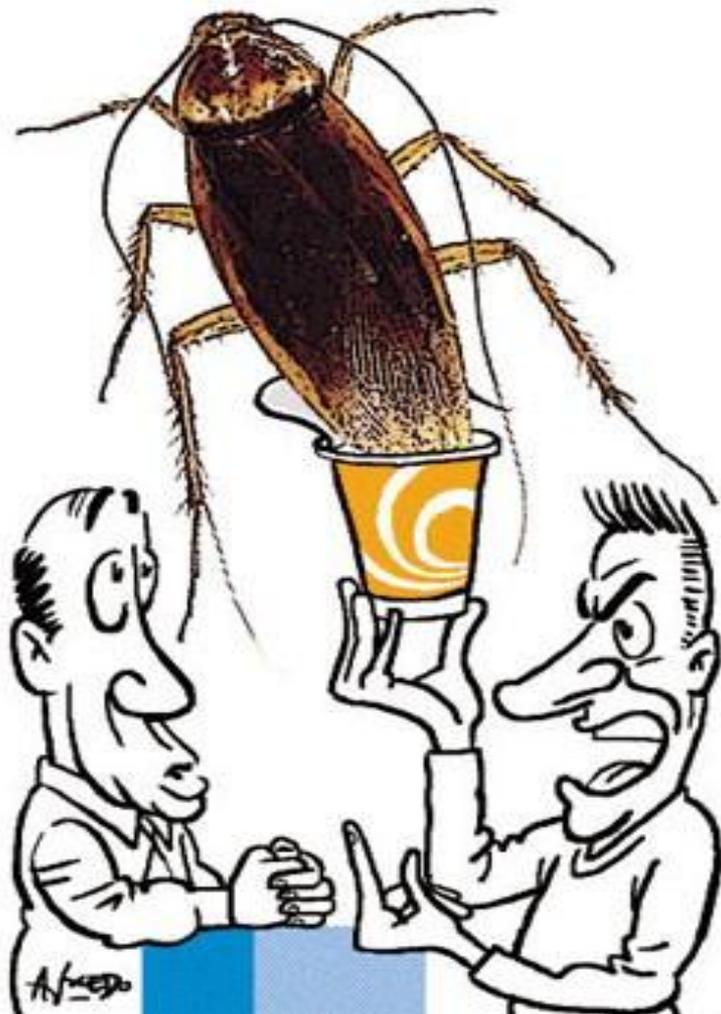
OMT / 1991

CONCEPTO

“La seguridad turística considera la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras”.



Seguridad = Calidad = Higiene



*Sabe que me molesta
de sus sanitarios públicos*



- Suciedad en el piso y paredes
- Grafittis en puertas y paredes
 - Cestos de basura llenos
 - Olores desagradables
- Falta de amenitis -rollo de papel, jabon, etc.-

Recuerde siempre esto al habilitar el sanitario público del Hotel



Buenas prácticas de higiene y manipulación de alimentos



No se debe llevar ropa o calzado de calle en el trabajo ni llegar con ropa de trabajo desde la calle



Usar ropa limpia y en buen estado, de color claro con cubrecabeza y calzado adecuado



Mantener limpia su zona de trabajo e instrumentos



No arrojar al suelo restos de productos
Depositarlos en basureros

Universidad Nacional de Quilmes



MONTÉ
Municipalidad de San Miguel del Monte



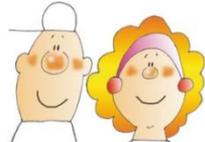
FUNDACION TURISMO PARA TODOS

Federación Centroamericana de Pequeños Hoteles FECAPH



Programa de Asistencia a Pequeños Hoteles de Centroamérica




Dibujemos Sonrisas a los Turistas

Gastronomía

PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Aficheta Gastronomía 1



El agente de policia como prestador de servicios turísticos

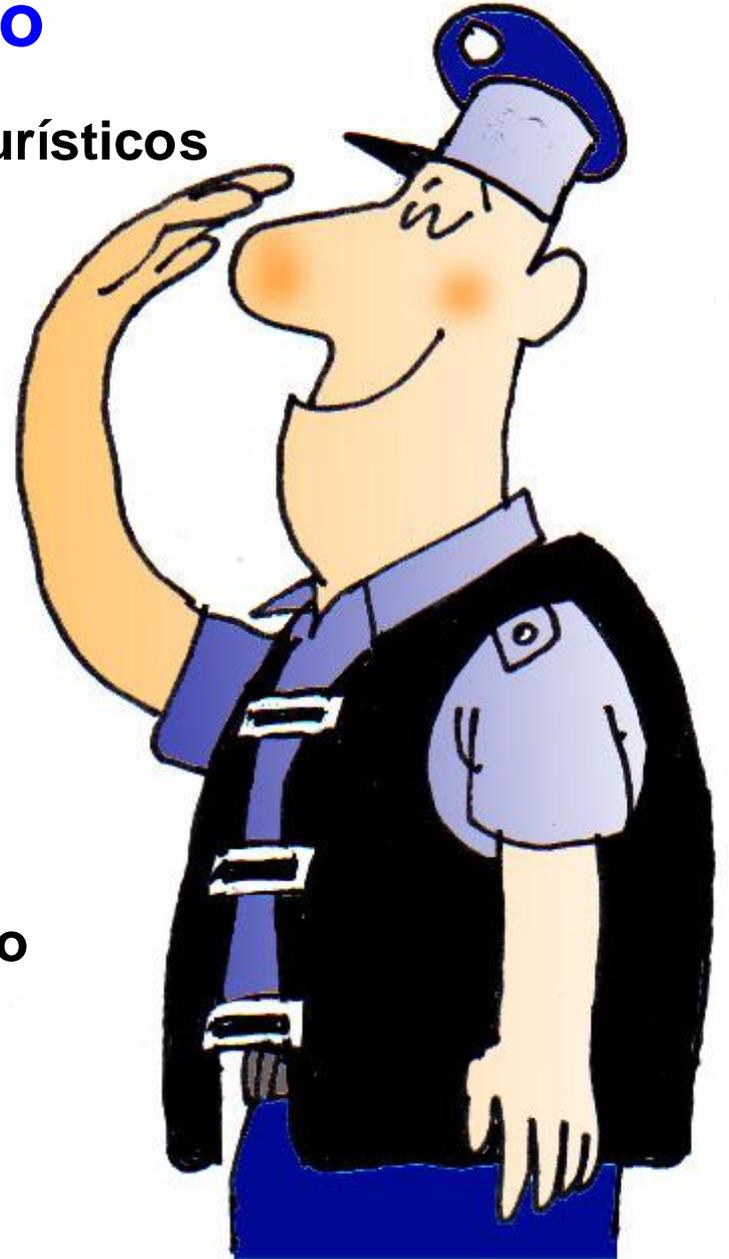


El agente como eslabón importante en el desarrollo turístico

El agente como prestador de servicios turísticos

- a) Desarrolla tareas de prevención en seguridad.
- b) Ofrece asistencia al turista en problemas.
- c) Contribuye a reforzar la buena imagen turística del destino y a fortalecer la imagen institucional de la fuerza a la que pertenece.

Cuando los turistas inician sus viajes lo hacen llenos de expectativas, pero también con ciertos temores.



Un eficiente prestador de servicios turísticos debe contar siempre con dos requisitos:

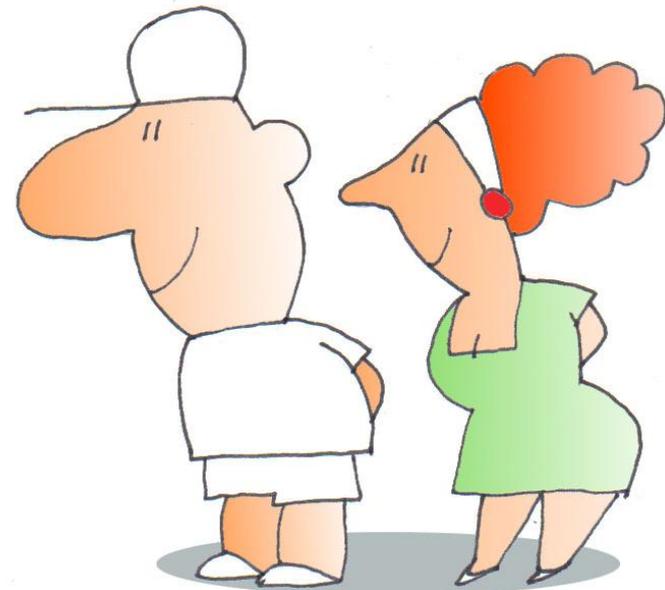
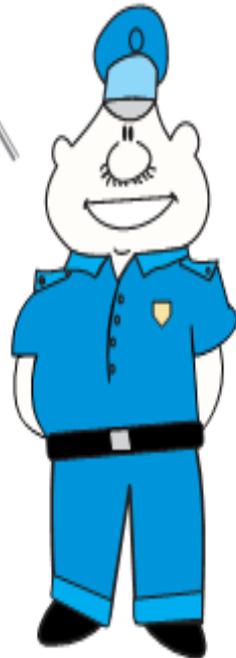


Mente predispuesta para comprender y ayudar a los turistas

Sonrisa de Gardel

SEGURIDAD TURÍSTICA

"Un Turismo seguro es un Turismo de Calidad"



DERECHOS HUMANOS

Objetivo:

Impedir que se promueva, organice, publicite, invite, facilite, o se gestione por cualquier medio la trata y la explotación sexual comercial nacional o internacional de personas.

Campaña contra la Trata de Personas 

Digo No al Turismo Sexual En mi Ciudad



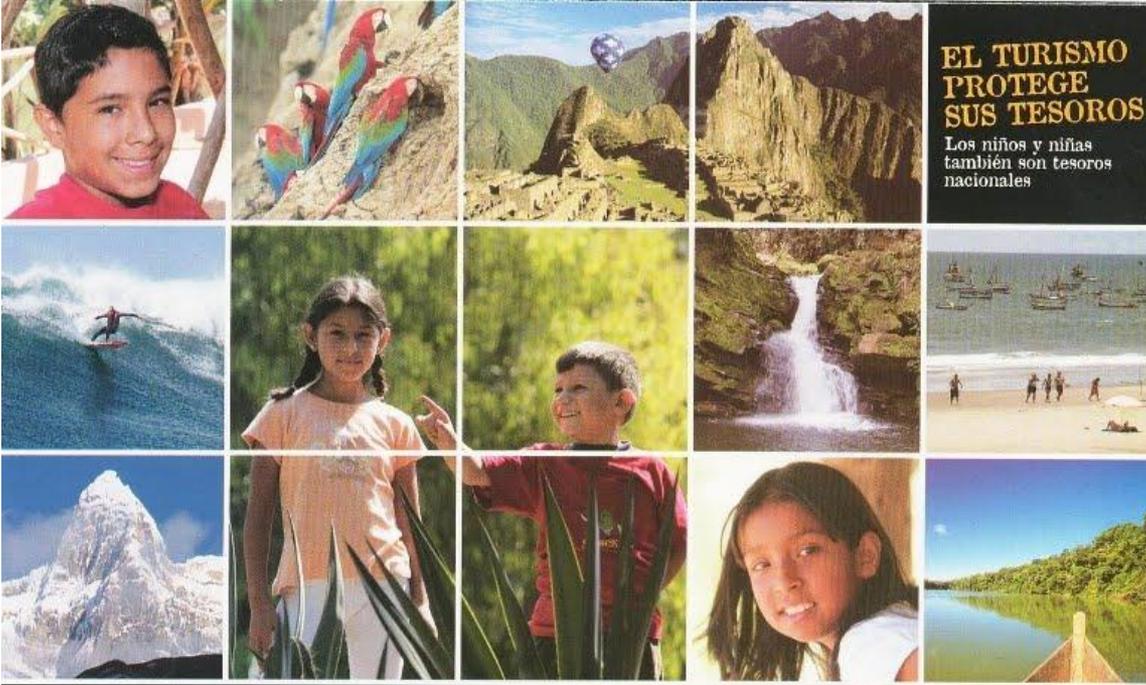
Municipios, Empresas, Entidades, Organizaciones y Vecinos debemos trabajar juntos para romper la cadena de la Trata de Personas, y decir: "En mi ciudad No"

Mujeres de todas las edades son explotadas sexualmente en la Argentina. Ayudemos a que esto no pase más. Sumante a la Campaña.

El primer paso en la prevención es estar informado.

¿Que podemos hacer?



**EL TURISMO
PROTEGE
SUS TESOROS**
Los niños y niñas
también son tesoros
nacionales

**Código de Conducta para la protección
de las niñas, niños y adolescentes contra
la explotación sexual en turismo y viajes**
Una apuesta del sector empresarial turístico por la infancia del país

**Min
cetur**
Ministerio de Comercio,
Exterior y Turismo

**EL PERU
AVANZA**

**Cooperativa
Nacional de Mujeres
Rural**

unicef

20 años

MATERIAL INFORMATIVO PARA EMPRESARIOS DEL SECTOR TURISMO

TODO SE PAGA EN LA VIDA

SI TU HUÉSPED QUIERE EXTRAÑO CON
UNA MENOR DE EDAD A PASAR LA
NOCHE, DILE QUE EN ESTE HOTEL SE
RESPECTA LA LEY.

Ser parte de la cadena de explotación de
adolescentes podría llevarte a la cárcel.



CAMPAÑAS CON PRESTADORES DE SERVICIOS HOTELEROS

SEJO COMERCIAL CON
ADOLESCENTES
NO



INCLUSIÓN SOCIAL



Buen Trato a las Personas con Discapacidad

DISCAPACITADOS MOTRICES



Fundación
TURISMO PARA TODOS

INCLUSIÓN SOCIAL



- AYUDE DISCRETAMENTE, SIN LLAMAR LA ATENCIÓN DE LAS PERSONAS DEL ENTORNO, CON NATURALIDAD, SIN PRECIPITACIONES NI REVUELO. NO DEBE PRESUMIR DE AYUDAR, NI ADOPTAR UN AIRE DE "SUPERPROTECTOR", A LA PERSONA CON DISCAPACIDAD LE MOLESTA MUCHO LLAMAR LA ATENCIÓN.

- NO EMITA FRASES COMPASIVAS.

Conclusiones

En primer lugar se plantea concientizar a los beneficiarios directos por el desarrollo de la actividad como son los prestadores de servicios turísticos: **Prestadores de servicios de alojamiento / gastronomía / recreación / transporte / servicios comerciales / Agentes de seguridad**

En segundo lugar apunta a lograr en el residente permanente en el destino la revalorización de estos ejes de la actividad, por lo cual los destinatarios en este caso son: **La comunidad en su conjunto**

En tercer lugar apunta a lograr en todo destino la revalorización de las acciones en ST + DH + IS por parte del visitante -turista y excursionista- durante el tiempo libre destinado al turismo o la recreación, por lo cual los destinatarios en este caso son: **El visitante - Turista o Excursionista-**.

En cuarto lugar apunta a lograr en todo destino la revalorización de las acciones en ST + DH + IS por parte del dirigente político ya que el diseño de un destino es un hecho político, por lo cual los destinatarios en este caso son: **El dirigente político.**

Muchas Gracias

Luis Alberto Grünewald - mail: lgrunewald@unq.edu.ar

