

**PROPUESTA DE UN AMBIENTE GASTRONÓMICO ECOLÓGICO SOBRE LAS
SUPERFICIES HOTELERAS EN COLOMBIA CONVIRTIENDOSE EN UN
ATRACTIVO TURISTICO**

CRISTIAN CAMILO ARANZAZU BALLESTEROS

**UNIVERSIDAD CATOLICA DE MANIZALES
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

2016

**PROPUESTA DE UN AMBIENTE GASTRONÓMICO ECOLÓGICO SOBRE LAS
SUPERFICIES HOTELERAS EN COLOMBIA CONVIRTIENDOSE EN UN
ATRACTIVO TURISTICO**

CRISTIAN CAMILO ARANZAZU BALLESTEROS

Proyecto de grado presentado para optar al título de Administrador Turístico

Asesor

JORGE ELIECER RIVERA FRANCO

Especialista en Gerencia de la Calidad

**UNIVERSIDAD CATOLICA DE MANIZALES
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA
2016**

Nota de Aceptación:

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Católica de Manizales para optar al título de Profesional en Administración Turística.

Jurado

Jurado

Manizales, 20 de junio de 2016.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	7
Introducción	9
Glosario	11
Problema de Investigación	13
Antecedentes del Problema	13
Planteamiento del Problema	15
Formulación del Problema	16
Justificación	17
Objetivos	18
Objetivo General	18
Objetivos Específicos	18
Marco Teórico	19
Marco Legal	26
Metodología	27
Tipo de Trabajo Investigativo	27
Técnicas e Instrumentos de Investigación	27
Resultados/productos esperados y potenciales beneficiarios	28
Estrategia de Difusión y Comunicación	30
Resultados	31
Identificación de condiciones estructurales idóneas para implementar los ambientes gastronómicos ecológicos	31

PROPUESTA DE UN AMBIENTE GASTRONÓMICA	4
Lineamientos para el diseño e implementación de ambientes gastronómicos como atractivo turístico	35
Condiciones de Viabilidad y Sostenibilidad de la Propuesta.....	39
Referencias bibliográficas	40
Anexos	43

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Marco Lógico de la Propuesta	35
Tabla 2. Fases de la Propuesta Estructura Táctica.	36

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Matriz Dofa.	43
Anexo 2. Matriz Peea.	45
Anexo 3. Hotel InterContinental de Cali.	48
Anexo 4. Terraza sobre el restaurante la Pizzería Estelar	49
Anexo 5. Fichas de lectura	

Resumen

El Ambiente Gastronómico Ecológico surge dada la necesidad de cubrir terrazas, techos y zonas verdes subutilizadas en las empresas hoteleras de la ciudad, las cuales pueden incrementar el uso de servicios públicos por la alta absorción y retención de calor, provocando impactos medioambientales negativos. Un ambiente gastronómico ecológico consiste en adaptar espacios idóneos con múltiples elementos que promuevan experiencias de consumo responsable, acompañado de un tema ecológico como concepto para ambientar y estrategia para mitigar el daño causado al medio ambiente y fortalecer los programas de responsabilidad social empresarial, imponiéndose como un atractivo turístico de preferencia dentro de la oferta gastronómica.

La idea es fusionar la Gastronomía, la Ecología y el Arte, respondiendo a los requerimientos actuales del mercado, factores diferenciadores ante la competencia.

La sostenibilidad ambiental como pilar del proyecto Ambiente Gastronómico Ecológico, es muestra de la seriedad con la que se toman temas como el cambio climático, la escasez de agua y la degradación del medio ambiente; por ello está sustentada en una serie de actividades, medidas y objetivos específicos que pretenden generar un entorno adecuado y garantizar el éxito del proyecto a largo plazo.

El proyecto plantea parte de recomendaciones dirigidas a la preservación y protección de la flora y la fauna local y los ecosistemas regionales más afectados por las operaciones humanas;

esto incluye la gestión de espacios verdes y estrategias a largo plazo para la protección de los entornos locales.

El aspecto innovador del Ambiente Gastronómico Ecológico, está sustentado en tendencias actuales de diseño para Ambientes Gastronómicos y en las nuevas tendencias del turismo, que se abren a otras posibilidades y realidades de los sectores empresariales y sociales: en consecuencia acciones como la Sectorización, la Iluminación y la Tematización combinando ambas variables armónicamente bajo un concepto que las integre, se convierten en estrategia que logra plasmar arquitectónicamente y visualmente una propuesta que es lo que se quiere transmitirle al cliente.

Introducción

Las ciudades constituyen ecosistemas peculiares en los cuales existe una gran concentración de población, actividades y productos los cuales tienen gran dependencia del exterior dado el hecho que las materias primas necesarias para el consumo superan la disponibilidad local y sumado a ello la producción de desechos y contaminación es muy elevada; todo ello repercute fuera en el entorno urbano, afectando los ecosistemas y provocando así la denominada huella ecológica.

La sostenibilidad ecológica se aplica entorno a los sistemas físicos sobre los que se organiza la vida de los hombres. Estos sistemas serán sostenibles según la capacidad que tengan para abastecerse de recursos y la viabilidad para deshacerse de los residuos.

El desarrollo sostenible implica un cambio de modelo; consiste en integrar los sistemas humanos armoniosamente con los sistemas naturales; la naturaleza proporciona el modelo de una economía sustentable y productiva. Se trata de una economía cíclica, renovable, auto productiva, con pocos residuos y sustentada en la energía solar.

Para superar la crisis ecológica, el desarrollo económico y social ha de sustituir los insostenibles metabolismos lineales por los circulares. En ese sentido, la sociedad debería replantear el uso de sus instrumentos, aprovechando mucho mejor los recursos que necesita y reduciendo la cantidad de residuos, fomentando su reutilización y reciclaje.

La actual propuesta se deriva de un trabajo académico previo realizado en el segundo semestre del 2014 orientado al emprendimiento y la creación de empresa; posteriormente y

debido a la práctica profesional del autor de esta propuesta, en el Hotel Intercontinental Cali, Un Hotel Estelar, donde se desempeñó como Asistente de la Coordinación del Sistema Gestión Integral, se da el presente re significación la cual busca fusionar dos propuestas en busca de solucionar una necesidad.

La propuesta consiste en el diseño de un **Ambiente Gastronómico Ecológico** adaptándolo a un ambiente arquitectónico idóneo; un espacio físico mediante el uso y manejo de formas, texturas, colores, estilos, iluminación, elementos y mobiliario, alineándose con las tendencias ecológicas más representativas con la capacidad intrínseca de adaptarse a las necesidades propias del entorno.

Los Ambientes Gastronómicos implican un proceso de creación visual con un propósito, cubrir exigencias prácticas. La mejor expresión de la esencia de un mensaje relacionado con el Medio Ambiente, su creación es estética y funcional, refleja el buen gusto y es la base del lenguaje visual Ecológico.

Glosario

Ambiente: Conjunto de condiciones o circunstancias físicas, sociales, económicas, etc., de un lugar, una colectividad o una época.

Atractivo Turístico: Es un lugar de interés que los turistas visitan, generalmente por su valor cultural exhibido o inherente, significancia histórica, belleza artificial o natural, originalidad, porque es raro, misterioso, o para la diversión y recreación.

Desarrollo Sostenible: Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones del futuro para atender sus propias necesidades.

Ecológico: Dicho de un producto o de una actividad: Que no es perjudicial para el medio ambiente. - Ciencia que estudia las interrelaciones de los diferentes seres vivos entre sí y con su entorno.

Gastronomía: Es el estudio de la relación del ser humano con su alimentación y su medio ambiente o entorno.

Gestión Integral: Conjunto articulado e interrelacionado de acciones de política, normativas, operativas, financieras, de planeación, administrativas, sociales, educativas, de evaluación, seguimiento y monitoreo desde la prevención de la generación hasta la disposición final de los residuos o desechos peligrosos.

Naturación Urbana: Cubiertas ecológicas y mejora medioambiental. Podemos decir que es un movimiento que promueve el reverdecimiento urbano como respuesta a la pérdida de espacios verdes en las ciudades y en los edificios.

Responsabilidad Corporativa: Responsabilidad corporativa es el espíritu de llevar una empresa con la debida consideración de todos sus interesados: accionistas, empleados, clientes y sociedad.

Sostenibilidad: significa satisfacer las necesidades de las generaciones actuales, pero sin afectar la capacidad de las futuras, y en términos operacionales, promover el progreso económico y social respetando los ecosistemas naturales y la calidad del medio ambiente.

Problema de Investigación

Antecedentes del Problema.

Hoy en día, el turismo iguala o incluso supera a otros sectores de la economía. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio nacional e internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo.

El acelerado crecimiento del turismo en los países industrializados y desarrollados ha sido benéfico en términos económicos y de empleo, para muchos sectores relacionados, desde la construcción hasta la agricultura o las telecomunicaciones.

Para el turismo, el cambio climático no es un evento remoto, sino un fenómeno que afecta al sector y algunos destinos en particular, las regiones montañosas y costeras, entre otros destinos; el sector está contribuyendo a las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), siendo el clima un recurso esencial para el turismo, y especialmente para los segmentos de playa, naturaleza y el turismo de deportes de invierno. Los cambios en el clima están generando impactos negativos que afectan significativamente la comodidad de los turistas y sus decisiones de viaje.

“En un mundo en busca de nuevos modelos de crecimiento y desarrollo económico, la lucha contra el cambio climático y la adopción de prácticas de manejo sostenible ya no es una opción, sino una condición para la supervivencia y el éxito” <http://hotelenergysolutions.net>)

Para el segundo semestre del 2015 inició al programa de responsabilidad corporativa de **IHG Green Engage System** en el Hotel Intercontinental Cali, Un Hotel Estelar, coincidiendo esta con el inicio de la práctica profesional del autor de la propuesta, dentro del programa de Administración Turística de la Universidad Católica de Manizales; esta práctica se realizó en el cargo de Asistente del Sistema de Gestión Integral donde se dio inicio, soporte y manejo al programa **IHG, Green Engage System**. Este estándar demuestra el compromiso absoluto con la sostenibilidad ambiental en todo el grupo empresarial; para ello se debían realizar recorridos por las instalaciones del hotel capturando evidencias para ser registradas. Paralelamente se hizo un diagnóstico situacional al Hotel y su operación, identificando variables trascendentales aptas para intervenir por medio de una propuesta innovadora.

Actualmente el Hotel InterContinental Cali, Un Hotel Estelar, cuenta con dos superficies construidas ambas con medidas cercanas a los 100 metros de largo por 25 de ancho, Terrazas, ubicadas en el segundo piso del Hotel (**ver Anexo 1**). Debido a los conocimientos obtenidos por el manejo dado al estándar **Green Engage System**, se adquirió conciencia y criterio a cerca de los impactos negativos generados por la operación hotelera al medio Ambiente, todo ello como factor motivador para desarrollar la propuesta de un Ambiente Gastronómico Ecológico, un atractivo turístico.

Planteamiento del Problema

Los hoteles se están centrando cada vez más en la gestión “verde”, como respuesta por su contribución a la degradación del medio ambiente a través de la construcción de edificios, eliminación de residuos, uso de recursos. De acuerdo con informes de la OMT y PNUMA y los datos del banco mundial (Banco Mundial, 2012), el sector hotelero es responsable de cerca del 21% de todas las emisiones de CO₂ relacionadas con el turismo.

(<http://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/19667/Carb%C3%B3%20Ochoa,%20David.pdf>)

f)

En el desarrollo de las actividades hoteleras, este sector se esfuerza por brindar un excelente servicio al turista; este proceso genera una serie de contaminantes y daños ambientales afectando el entorno del cual depende el turismo. Los hoteles deben promover prácticas sostenibles y diversas iniciativas para la protección del medio ambiente; debido a la preocupación existente por la actual condición ambiental, se están asumiendo roles participativos donde han surgido numerosas iniciativas como el ecoturismo, los eco resorts y las certificaciones ambientales hoteleras, dando cabida a buenas prácticas en las áreas de energía, agua, residuos y materiales.

Hoy más que nunca, existe una oportunidad real para aplicar soluciones innovadoras y creativas, para las generaciones presentes y futuras respetando el medio ambiente. Es el momento de realizar un cambio basado en estilos de vida que incorporen hábitos de consumo y producción sostenibles y que minimicen el uso de los recursos naturales y las emisiones de gases, transformando las superficies hoteleras para aminorar la degradación ambiental y así promover un uso eficiente de los recursos y de la energía al implementar y modificar las infraestructuras existentes.

Formulación del Problema

¿Qué estrategias se pueden diseñar e implementar para hacer de un ambiente gastronómico ecológico, un atractivo turístico sobre las superficies hoteleras de la región?

Justificación

El acelerado ritmo con el que crecen las construcciones fundamenta la necesidad de contar con infraestructuras sostenibles que permitirán a las ciudades ser más resistentes a los cambios climáticos, impulsando el crecimiento económico y la estabilidad social, razón por la cual deben involucrarse e implementar estrategias enfocadas a alcanzar la sustentabilidad y sostenibilidad de la industria Turística.

Destacando que el turismo puede reducir significativamente su huella ecológica y que debe convertirse en un impulsor de la innovación, el desarrollo de economías verdes, inclusivas y bajas en carbono; así como contribuyente de la salvaguardia de la creatividad cultural, la diversidad, el bienestar humano y de los ecosistemas. (<http://cartamundialdeturismosostenible2015.com/wp-content/uploads/2015/12/Carta-Mundial-de-Turismo-Sostenible>).

La presente propuesta está fundamentada en la fusión de Ambientes Gastronómicos y la temática de Techos Verdes. La sinergia entre ellos responde a las necesidades actuales de la industria turística. Al implementar esta estrategia se logra contribuir con el medio ambiente, sumando a ello la formulación de un atractivo turístico basado en un Ambiente Gastronómico Ecológico para el sector hotelero.

El desarrollo de Ambientes Gastronómicos Ecológicos como atractivos turísticos busca contribuir positivamente al medio ambiente brindando la oportunidad de deleitar un espacio donde se pueda contemplar la belleza del entorno, el paisaje urbano y ecológico.

Objetivos

Objetivo General.

Plantear estrategias claves para diseñar e implementar un ambiente gastronómico ecológico que se convierta en atractivo turístico sobre las superficies hoteleras en Colombia.

Objetivos Específicos.

- Identificar las condiciones estructurales idóneas para implementar los ambientes gastronómicos ecológicos y precisar las nuevas tendencias y exigencias del mercado turístico en el diseño de Ambientes Gastronómicos.
- Definir los factores motivacionales y los elementos que convierten a los Ambientes Gastronómicos Ecológicos en un atractivo turístico y la contribución medioambiental que traen consigo.
- Proponer una ruta estratégica para el diseño de un ambiente gastronómico que sirva como atractivo turístico en superficies hoteleras.

Marco Teórico

Es hora de ciudades más verdes; la humanidad debe despertar y comenzar a preocuparse por enverdecerlas garantizando la reintegración de la naturaleza y limitando el crecimiento urbano; se trata de convertir la ciudad en parque, implementando estrategias que mitiguen las consecuencias ocasionadas al suelo; la vegetación purifica la atmósfera urbana desempeñando varios papeles: equilibra el clima a escala local, provocando variaciones en la temperatura y en la humedad del aire contribuyendo en gran medida a mejorar la sensación de confort en los espacios urbanos, así como a amortiguar los impactos climáticos sobre los edificios.

Además de los parques y árboles a lo largo de la ciudad hay gran variedad de opciones para establecer áreas verdes. “Briz define esta acción como naturación, que es la acción de incorporar o fomentar la naturaleza en nuestro medio ambiente, mediante la recuperación de la flora y fauna autóctonas de una manera aceptable y coherente (Briz, 2004)”. Para el área del paisajismo, el diseño urbano y la construcción, implican generar un medio ambiente donde la naturaleza recupere el protagonismo dentro de la ciudad, utilizando superficies construidas tales como fachadas, cercas, muros y/o techos.

Esta alternativa busca transformar áreas urbanas, a través del aprovechamiento de los techos como techos vivos. para ello es necesario crear capas de impermeabilización y drenado especializados para contener los nutrientes y plantas, adecuadas para resistir la instalación y adaptación en un espacio con características urbanas donde las propiedades de aislamiento y

mejora que ofrecen la vegetación y la vida que pueden sostener, son una opción inmejorable para las ciudades grises, incrementando la estética urbana.

El turismo continuamente ha de adaptarse a su entorno de manera sustentable, y resulta imprescindible mitigar los impactos que se generan a partir de fenómenos actuales, en todos los ámbitos, especialmente el sector hotelero; entendiendo la importancia que tienen las diferentes tecnologías conocidas como Racionalmente Ambientales, que bien aplicadas redundan en la mejora de estrategias enfocadas al aprovechamiento sustentable del turismo.

Gracias a una buena planificación y gestión tecnológica en el aprovechamiento de recursos, se puede lograr desarrollo de la zona, una mejora paisajística del lugar y la calidad del entorno, mediante el uso de especies vegetales endógenas, asociadas con estrategias de manejo sustentable del agua, lo cual permite la incorporación de accesos destinados a actividades recreativas y la instalación de mobiliario que promueva el turismo del lugar, mejorando el desempeño ambiental del hotel, disminuyendo costos de mantenimiento, y permitiendo a los turistas convivir con paisajes que dan cuenta de la riqueza ambiental que tiene lugar.

El presente proyecto está encaminado a la implementación de Ambientes Gastronómicos Ecológicos en empresas hoteleras, para fomentar el turismo y propiciar la conservación del medio ambiente, contribuyendo al desarrollo económico y la generación de empleo.

Una de las principales variables es el cambio climático, que afecta a los destinos turísticos, su competitividad y su sostenibilidad, alterando directamente los recursos ambientales,

desmejorando destacados atractivos turísticos y causando pérdida de biodiversidad y escasez de agua.

El turismo se enfrenta al desafío de incorporarse al movimiento mundial en favor de una economía baja en carbono, ya que actualmente contribuye al cambio climático dejando una gran huella de carbono; esto se puede reducir al contemplar la eficiencia energética y el recurso masivo de energías renovables como ejes de la operación.

Por ello la actividad turística debe actuar positivamente respecto a su incidencia sobre los recursos naturales y la biodiversidad, reduciendo los impactos producidos y su huella ecológica, haciendo uso eficiente de los recursos suministrados por los propios ecosistemas. Ello implica innovar teniendo en cuenta las dimensiones mencionadas para un adecuado desarrollo turístico, como un activo clave y parte vital de la calidad ambiental y atractivo para los visitantes.

El Turismo, los Hoteles y la Gastronomía viven un importante auge en el país; el Turismo es uno de los principales motores de la economía mundial, de la mano de la Hotelería y la Gastronomía que son ejes del crecimiento económico y la generación de empleos.

La Gastronomía se ha potenciado y diversificado en su oferta culinaria; la revalorización de la gastronomía local e internacional sumada a las nuevas tendencias en diseño de Ambientes Gastronómicos permiten la expansión permanente del sector turístico y gastronómico nacional; su importancia en el ámbito turístico radica en que la comida se ha convertido actualmente en uno de los factores de mayor recordación junto al ambiente y el

servicio; son elementos que más se evocarán aun cuando se hayan visto y disfrutado paisajes espectaculares al hacer un viaje; definitivamente el lugar va a ser permanentemente recordado por la comida, incluyendo la calidad de los alimentos y las bebidas, además de la higiene, el servicio y el Ambiente.

Para transformar y posicionar el Turismo, la Hotelería y la Gastronomía en sectores de alta competitividad, se debe optimizar la oferta turística y gastronómica, integrando calidad, sustentabilidad, innovación, marketing y conocimientos técnicos pertinentes para cumplir con las expectativas de los visitantes.

En este sentido es importante asegurar la implantación de patrones de consumo y producción sostenibles a lo largo de toda la cadena de servicios y actividades, donde se promuevan estrategias bajas en carbono para el desarrollo de la infraestructura turística, asociada a las operaciones y los servicios, al implementar estrategias eco-eficientes.

La intención es innovar en el turismo, estableciendo una propuesta que garantice el posicionamiento tanto en la Hotelería como en la Gastronomía, al implementar un Ambiente Gastronómico Ecológico; en estos dos servicios han de converger múltiples elementos sensoriales que fusionen la Ecología, la Gastronomía y el Arte.

La propuesta consiste en Ambientes Gastronómicos Ecológicos como Atractivos Turísticos, en hoteles que cumplan con requerimientos y condiciones idóneas para implementarlo de manera que responda a las nuevas tendencias y exigencias del mercado y se constituya en un potencial competitivo y diferenciador, sustentado en tendencias actuales de diseño para Ambientes

Gastronómicos: la Sectorización, Iluminación y Tematización, combinadas armónicamente bajo el concepto “Ambientes Gastronómicos Ecológicos”.

El diseño de un Ambiente Gastronómico Ecológico debe integrar la perfecta combinación de colores, formas, texturas, estilos, iluminación y tecnología, alineándose con las tendencias más recientes en diseño de ambientes para restaurantes, con la capacidad intrínseca de adaptarse a las necesidades propias del entorno.

El Diseño de Ambientes Gastronómicos se ha definido como la creación del entorno cotidiano en el que vivimos; implica complejos sistemas de significado cultural, comunicación visual y el uso de herramientas, tecnologías y materiales. Es la implantación del ambiente arquitectónico idóneo en un espacio físico determinado mediante el uso y manejo de formas, texturas, colores, estilos, iluminación, elementos y mobiliario.

Los Ambientes Gastronómicos implican un proceso de creación visual con un propósito, cubriendo exigencias prácticas. Son la mejor expresión de la esencia de un mensaje relacionado con el Medio Ambiente; su creación es estética y funcional, refleja el buen gusto y es la base del lenguaje visual Ecológico.

El diseño debe concebirse teniendo propósitos y características operacionales definidas, por lo cual se considerarán los siguientes factores que a su vez constituyen los elementos condicionales del proyecto en su conjunto:

- ¿Tipo y categoría del espacio hotelero?
- Ubicación y entorno: Aspecto topográfico, paisaje y espacio físico-ambiental, facilidades de acceso.
- Temática definida.

Elementos que juntos crean reacciones deseadas en los clientes. Aspectos como iluminación, color, temperatura, música, también formarán parte de las herramientas con que se debe contar para ambientar. Con una buena atmósfera se podrá prolongar el tiempo de estancia en el establecimiento, ofrecer un clima agradable y generar una disposición a la compra.

Como habitante y estudiante se entiende el impacto que tienen las actividades comerciales sobre el medio ambiente; por ello el autor de la propuesta ha decidido proponer esta estrategia para mitigar los impactos ambientales. Con el proyecto se busca de forma responsable optimizar los recursos, además de hacer las cosas de diferente manera, demostrando la seriedad con que se toman temas como el cambio climático, la escasez de agua y la degradación del medio ambiente. Trabajando para controlar el impacto, la sostenibilidad ambiental es uno de los dos pilares del turismo y a ello apunta este proyecto.

La protección de nuestro medio ambiente es una responsabilidad que todos los seres humanos deben compartir; cuanto más se viaja por el mundo más consciente se debe ser de las inagotables maravillas de nuestro planeta, que piden que cumplamos el cometido para preservar el patrimonio común.

En el Día Mundial del Medio Ambiente, el autor del trabajo quisiera unirse a la comunidad internacional e invitar a los turistas a hacer valer sus acciones cuando viajan; unidos se puede asumir

la gran responsabilidad de consumir con moderación. (<http://media.unwto.org/es/press-release/2015-06-05/mensaje-del-secretario-general-de-la-omt-taleb-rifai-con-motivo-del-dia-mun>)

Marco Legal

NTS – TS 004: Esta norma especifica los requisitos de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica para los establecimientos gastronómicos y bares.

LEY 9 DE 1979: dicta medidas sobre las condiciones sanitarias básicas para la protección en el medio ambiente.

RESOLUCIÓN 5109 DE 2005: Reglamento Técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado para alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano.

RESOLUCIÓN 2674 DEL 2013: Actualización Generada al decreto 3075bpm. (Buenas Prácticas de Manufactura)

DECRETO 1076: Ambiente y Desarrollo Sostenible.

Metodología

Tipo de Trabajo Investigativo.

Esta propuesta está basada en un diagnóstico teórico conceptual de condiciones requeridas para el diseño e implementación de ambientes gastronómicos como atractivo turístico. A continuación, se genera una propuesta de desarrollo que sirve como guía para empresas hoteleras que deseen abordar y desarrollar propuestas en esta área del turismo.

POBLACIÓN: Empresas hoteleras de la región.

MUESTRA PARA DIAGNÓSTICO SITUACIONAL: Un hotel de la región.

Técnicas e Instrumentos de Investigación

Los datos que respaldan la propuesta fueron recopilados a través de:

- ✓ Ficha de lectura (ver anexo N° 1)
- ✓ la observación directa
- ✓ Matriz DOFA y Matriz PEEA (ver anexos), las cuales fueron aplicadas en forma diagnóstica en el Hotel Intercontinental de Cali

Resultados/productos esperados y potenciales beneficiarios

Se destaca la multidisciplinariedad como la mezcla integradora de los conocimientos del autor, agrupando disciplinas tales como; Técnico en Diseño Publicitario, Técnico en Cocina, Tecnólogo en Gastronomía y Profesional en Turismo.

Cabe destacar lo relevante de los estudios anteriores, pilares para el desarrollo del proyecto; su diseño contempla la fusión del Turismo, La Hotelería, la Gastronomía y por último y no menos importante la Ecología, cuya combinación da por resultado un Ambiente Gastronómico Ecológico.

La propuesta se centra en la creación de atractivos turísticos en hoteles que cumplan con requerimientos y condiciones idóneas para implementar un Ambiente Gastronómico Ecológico que responda a las nuevas tendencias y exigencias del mercado y se constituya en un potencial competitivo y diferenciador, sustentado en tendencias actuales de diseño para estos ambientes: **la Sectorización, Iluminación y Tematización**, combinadas armónicamente bajo el concepto **“Ambientes Gastronómicos Ecológicos”**.

Como aspirante al título de Profesional en Turismo del programa de Administración Turística de la Universidad Católica de Manizales, el autor del trabajo tomó la decisión de crear un proyecto que contemplara la mayor cantidad de disciplinas pertinentes posibles, fortaleciendo aún más el proyecto no solo por las partes que lo componen.

Se considera indispensable analizar y observar los Ambientes Gastronómicos Ecológicos como un todo integrado y global, lo que permite explicar por completo su funcionamiento. La principal fortaleza del proyecto es la sinergia entre sus partes y no la individualidad de cada una de ellas.

Estrategia de Difusión y Comunicación

Para lograr cumplir con las expectativas y objetivos es necesario formular un plan estratégico acorde con las metas a corto, mediano y largo plazo y al diseño del atractivo turístico gastronómico, promoviendo y difundiendo la importancia de la gastronomía colombiana sin ninguna excepción. Es necesario delimitar la oferta gastronómica, qué servicios se están ofreciendo y bajo qué circunstancias y condiciones.

El Modelo de Ambientes Gastronómicos debe ser visto como un lugar digno de visitar constituyéndose en un atractivo turístico.

La comunicación debe de ser la variable principal dentro del marketing mix bajo la cual se integran la publicidad, la promoción de ventas, las relaciones públicas, el patrocinio, las ferias y la venta directa o personal, que conjunta y coordinadamente ayuden a construir una identidad propia para la organización y proyectar una imagen adecuada del destino turístico.

Resultados

Identificación de condiciones estructurales idóneas para implementar los ambientes gastronómicos ecológicos

Una vez hecho el estudio bibliográfico, documental y haber conversado con expertos, se presentan a continuación los resultados obtenidos:

✓ Los techos verdes son una opción tecnológica particularmente en zonas con temperaturas muy altas, más aún en situación de un calentamiento global, de islas de calor en las urbes y de muchos otros factores que influyen en elevar la temperatura en las ciudades. Esta alta temperatura ambiental provoca un desgaste del cuerpo humano y malestar. Por ello se busca que las personas estén en una condición de confort térmico, que les permita realizar actividades en un ambiente en equilibrio de la temperatura del cuerpo con la del ambiente.

✓ La importancia de los techos verdes radica en los beneficios ambientales que pueden generar. El principal beneficio que es el enfriamiento o regulación térmica que ocurre por la evapotranspiración de las plantas provocando la disminución de temperatura dentro de las casas hasta de 5 °C, ya que el 90% de la radiación solar es absorbida y disipada por el techo verde.

✓ La captación de agua de lluvia es otro beneficio de suma importancia, ya que un techo verde puede retener hasta un 60% de agua que recibe en un día lluvioso. Otros beneficios son la reducción del ruido mediante la absorción y dispersión de este y la generación de espacios para la interacción de fauna como aves, pequeños reptiles y una gran diversidad de insectos.

✓ Los techos verdes brindan beneficio económico ya que prolongan la vida del techo y retrasan el mantenimiento de impermeabilización hasta por 20 años o más; por otra parte, reducen significativamente el uso de aire acondicionado y de ventiladores.

✓ Los techos verdes se pueden dividir en tres tipos: extensivos, intensivos y semi intensivos. Los extensivos son aquellos donde el sustrato tiene una profundidad de la tierra de 2 a 10 cm, tienen de 60 kg/m² a 150 kg/m² de peso, utilizan plantas de bajo crecimiento o musgos, y su mantenimiento es bajo. Los intensivos están enfocados en la imitación de un jardín; esto requiere de diversas capas de sustrato con más profundidad (mayor a 15 cm); el peso es de 200 kg/m² a 500 kg/m². El semi intensivo tiene una profundidad de sustrato entre 4 cm a 30 cm; usualmente son accesibles y pueden ser utilizados para el crecimiento de hierbas poco profundas y cultivos de hoja.

FACTORES MOTIVACIONALES Y ELEMENTOS QUE CONVIERTEN A LOS AMBIENTES GASTRONÓMICOS ECOLÓGICOS EN UN ATRACTIVO TURÍSTICO Y LA CONTRIBUCIÓN MEDIOAMBIENTAL QUE TRAEN CONSIGO.

✓ La importancia de la innovación en el turismo para promover iniciativas en materia de sostenibilidad ambiental y ética constituyen el eje central del proyecto; la innovación se constituye en el leitmotiv para la creación de proyectos que por su notoriedad logran aminorar los impactos ambientales negativos generados por la operación hotelera, además ser una oportunidad para mejorar las buenas prácticas.

✓ Cada año, más de mil millones de turistas cruzan las fronteras internacionales, muchos de ellos atraídos por las maravillas naturales de nuestro planeta – desde sus majestuosos paisajes y prístinas costas hasta la rica biodiversidad de nuestras tierras y nuestros mares.

✓ Como uno de los mayores atractivos turísticos, nuestro patrimonio natural anima el sector turístico mundial, proporcionando una fuente de sustento y de desarrollo incluyente para millones de personas en todo el mundo.

✓ Sin embargo, los recursos naturales y biodiversidad se enfrentan a retos medioambientales sin precedentes. En los últimos decenios, la producción y el consumo desenfrenados han tenido un impacto directo en el entorno natural, poniendo en riesgo los ecosistemas frágiles, las especies en peligro y los hábitats naturales, a menudo con consecuencias irreversibles. Por encima de todos estos retos se cierne la amenaza mundial del cambio climático.

✓ “Con motivo del Día Mundial del Medio Ambiente 2016, cabe recordar la inmensa responsabilidad de proteger nuestro medio ambiente en vista de las decisiones que tomamos” (<http://media.unwto.org/es/press-release/2015-06-05/mensaje-del-secretario-general-de-la-omt-taleb-rifai-con-motivo-del-dia-mun>).

✓ Mil millones de turistas son mil millones de oportunidades para acelerar el cambio. Aunque las pequeñas acciones pueden parecer intrascendentes, hay que imaginar las enormes repercusiones de una acción responsable multiplicada mil millones de veces. Mil millones de turistas pueden convertirse efectivamente en mil millones de representantes mundiales – una fuerza mundial unida que protege el futuro de nuestro planeta y de todas las personas.

Lineamientos para el diseño e implementación de ambientes gastronómicos como atractivo turístico

BENEFICIARIOS DE LA PROPUESTA: Empresas hoteleras de la región.

OBJETIVO: Proponer una ruta de trabajo para el diseño e implementación de un ambiente gastronómico como atractivo turístico

Tabla 1.

Marco Lógico de la Propuesta

Jerarquía de Objetivos de la Propuesta
<p>Fin</p> <p>Generar espacios de sano esparcimiento para usuarios de empresas hoteleras que hagan más amena y agradable su estadía</p>
<p>Propósito</p> <p>Generar una ruta de trabajo para el diseño e implementación de un ambiente gastronómico ecológico</p>
<p>Resultados</p> <p>Una Propuesta con fases y metodología para el diseño e implementación</p>
<p>Acciones</p> <p>Planificación, ejecución, evaluación y mejora de la propuesta.</p>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2.

Fases de la Propuesta Estructura Táctica.

Objetivo	Fases	Metodología	Fuente de verificación (Entregables)
Analizar condiciones existentes para el desarrollo de la propuesta: línea de base	Definición de: Tipo y categoría de ambiente. Ubicación y entorno: Aspecto topográfico, paisaje y condiciones físico-ambientales, facilidades de acceso. Temática definida. Condiciones de viabilidad y sostenibilidad.	Se conformará un equipo líder que diseñe instrumentos y los aplique para la realización del análisis diagnóstico	Documento con el análisis de condiciones inicial.
Realizar un diagnóstico sobre condiciones actuales, determinando fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para el proyecto sugerido	Análisis de mercado potencial y segmentos que se trabajarían	Consecución de información. Cruce de información. Interpretación de resultados	Documento escrito con Estudio de Mercado con conclusiones y sugerencias
Realizar un diagnóstico sobre condiciones actuales, determinando fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para el proyecto sugerido	Análisis de demanda, oferta, competencia,	Brainstorming. Identificación y análisis de Stakeholders	Documento escrito con DOFA sobre oferta, demanda y competencia en el mercado
Realizar un diagnóstico sobre condiciones	Análisis de inversión, capacidad de la	Estudio económico de la	Documento con Estudio

Objetivo	Fases	Metodología	Fuente de verificación (Entregables)
actuales, determinando fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para el proyecto sugerido	empresa, evaluación económica financiera, factibilidad económica.	compañía y comparación con las necesidades de inversión.	de factibilidad financiera.
Realizar un diagnóstico sobre condiciones actuales, determinando fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para el proyecto sugerido	Análisis de riesgos o incertidumbres, responsabilidad social, factores éticos y ambientales	Análisis de Causa raíz. Implementación matriz HCA	Matriz de Riesgos. Documento con Sugerencias de trabajo.
Socializar la iniciativa con los directivos y personas directamente involucradas de la organización.	Presentación de la propuesta a los directivos de la organización	Reunión, Presentación magistral de la propuesta; desarrollo de conversatorio; análisis de posibilidades; toma de decisiones.	Listas de asistencia, presentación en power point, fotografías.
Sensibilizar y motivar al personal de la empresa; capacitación sobre conceptos básicos de los espacios gastronómicos medioambientales	Sensibilización, motivación, capacitación	Charlas, recorridos, visita a experiencias realizadas, comprobación de saberes	Evidencias y memorias
Generación de condiciones requeridas para un normal y eficaz desarrollo de la propuesta	Gestión de presupuestos y consecución de recursos requeridos; organización de cronogramas de trabajo	Asignación de equipo responsable de gestionar los elementos necesarios; negociación de calendario y fechas con la parte directiva	Registros documentales de las gestiones desarrolladas.

Objetivo	Fases	Metodología	Fuente de verificación (Entregables)
Desarrollar las fases y acciones planificadas por un equipo técnico responsable	Ejecución de la propuesta	Asignación de equipo responsable de la ejecución; seguimiento, control y evaluación permanente para aplicar acciones mejoradoras en forma oportuna.	Registros documentales, evidencias físicas, fotografías, actas de entrega de obras

Fuente: Elaboración propia.

Condiciones de Viabilidad y Sostenibilidad de la Propuesta

Viabilidad: Este proyecto debe llevarse a cabo en los primeros ocho meses del año con el objetivo de lograr un cierre de la vigencia con al menos tres ventas en la región seleccionada. Es vital que los socios de la compañía acompañen el proyecto de principio a fin, pues de ello dependerá que se logre alcanzar los objetivos planteados.

Sostenibilidad: Se recomienda dar un cumplimiento estricto al cronograma de trabajo planteado con el fin de consolidar la diversificación de ingresos que espera consolidar cada compañía para los próximos años.

Referencias bibliográficas

Almendros Martínez, L. Turismo Responsable y Sostenible: Estrategia de Futuro
Revista Responsabilidad & Sostenibilidad, 52

Biohotel Organic Suites. Construyendo la nueva hotelería sostenible de Colombia
Revista Responsabilidad & Sostenibilidad, suplemento, 54

Briz, J. (2004). Naturacion Urbana: Cubiertas ecológicas y mejora medioambiental.
Ed. Julián Briz.

Escobar, A.; González, Y. (2011). Marketing turístico. Madrid: Síntesis.

Guerrero, F. (2009). Fundamentos de los métodos de investigación social. San
Salvador: El Salvador.

Ojeda Garcia, Carmen Delia Marketing turístico: guía, información y asistencias
turísticas, agencias de viajes y gestión de eventos, gestión de alojamientos
turísticos, Madrid: Paraninfo, 2012

Gomes Teixeira, Anne Karmen, de Azevedo Barbosa, Maria de Lourdes, Gomes de
Souza, Anderson. (2013). El sistema de oferta de restaurantes de alta gastronomía.
Una perspectiva sensorial de las experiencias de consumo Estudios y Perspectivas
en Turismo. 22 (Sin mes): [Fecha de consulta: 26 de abril de 2016] [en línea],
Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180726078009>

Rae.es. [en línea] Disponible en: <http://www.rae.es/> [Fecha de consulta: 2 de abril de 2016].

Gloobal.net. Porqué el Turismo. [Fecha de consulta: 12 de mayo de 2016] [en línea] Disponible en:
<http://www.gloobal.net/iepala/gloobal/fichas/ficha.php?entidad=Textos&id=1548&opcion=documento#s12> <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>

Media.unwto.org. Mensaje del Secretario General de la OMT Taleb Rifai, con motivo del día del día mun. [Fecha de consulta: 6 de marzo de 2016] [en línea] Disponible en: <http://media.unwto.org/es/press-release/2015-06-05/mensaje-del-secretario-general-de-la-omt-taleb-rifai-con-motivo-del-dia-mun>.

Sdt.unwto.org [Fecha de consulta: 15 de marzo de 2016] [en línea] Disponible en:
<http://sdt.unwto.org/es/node/29963>

Hotelenergysolutions.net. [Fecha de consulta: 8 de abril de 2016] [en línea] Disponible en: <http://hotelenergysolutions.net/>

Upcommons.upc.edu. [Fecha de consulta: 22 de marzo de 2016] [en línea] Disponible en:
<http://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/19667/Carb%C3%B3%20Ochoa,%20David.pdf> <http://www.pnuma.org/eficienciarecursos/index.php>

Cartamundialdeturismosostenible2015. [Fecha de consulta: 20 de mayo de 2016]. [en línea] Disponible en: <http://cartamundialdeturismosostenible2015.com/wp-content/uploads/2015/12/Carta-Mundial-de-Turismo-Sostenible>

Metrocuadrado.com. Nuevo diseño en restaurants del grupo internacional en compañía de lobos. [Fecha de consulta: 3 de abril de 2016] [en línea] Disponible en: <http://www.metrocuadrado.com/decoracion/content/nuevo-diseno-en-restaurantes-del-grupo-internacional-en-compania-de-lobos>.

Gestionrestaurantes.com. Tendencias en el diseño de ambientes en restaurants. [Fecha de consulta: 11 de marzo de 2016] [en línea] Disponible en: <http://www.gestionrestaurantes.com/tendencias-en-el-diseno-de-ambientes-en-restaurantes/>.

148.228.173.140 [Fecha de consulta: 18 de abril de 2016] [en línea] Disponible en: <http://148.228.173.140/topofiliaNew/assets/cuatro1cinco3.pdf>.

Funprover.org. Los techos verdes opción para reducir la temperature. [Fecha de consulta: 25 de mayo de 2016] [en línea] Disponible en: http://www.funprover.org/agroentorno/agro_sept012/lostechosverdesopcionparareducirtemp.pdf.

Anexos

Anexo 1. Matriz Dofa.

Fortalezas	Debilidades
El hotel cuenta con una categorización hotelera de 5 Estrellas.	la poca disponibilidad de espacio para estacionar vehículos
Precio - el indicado por sus características tanto en alojamiento como en alimentos y bebidas	El alto consumo de servicios públicos.
Implementación de un sistema de gestión de la calidad certificando las habilidades técnicas para realizar una perfecta operación hotelera.	Gran parte de la superficie hotelera esta al descubierto, provocando esto grandes impactos medio ambientales.
Está ubicado en una de las mejores zonas de la ciudad, estratégicamente cerca de lugares de gran interés.	
Diseño de marca e identidad ajustados a los deseos de los consumidores	Las campañas ecológicas y las estrategias para la reducción de la huella de carbono implementadas por la cadena hotelera y por el grupo no son suficientes para aminorar los daños.
Posee tres marcas de restaurantes altamente reconocidos.	
Alianzas estratégicas con todas las empresas que hacen parte del sector hotelero.	

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>La creciente demanda y sus actuales exigencias, provocando la innovación en la industria hotelera para satisfacer dichas exigencias, lo que lleva a la necesidad de generar espacios verdes.</p>	<p>La gran cantidad de hoteles cercanos con características similares y o con estrategias ecológicas, aunque con un otro enfoque.</p>
<p>el hotel cuenta con los espacios idóneos para implementar nuevas estrategias verdes, que impacten de forma positiva en el medio ambiente además de embellecer las estructuras</p>	<p>los fenómenos climáticos y los efectos que consigo trae, en este caso sobre las superficies hoteles expuestas a la intemperie, incrementando esto los consumos del hotel y su respectivo impacto debido a su operación</p>
<p>Se reconocidos a nivel mundial por lograr la certificación Leed y otros reconocimientos al implementar una estrategia ecológica innovadora.</p>	<p>Entrada de nuevos competidores al mercado, los cuales desde su inicio tenga proyectado este tipo de estrategias.</p>
<p>El interés generado por dicho proyecto aumentara la demanda y fidelizando la existente, al ampliar la oferta gastronómica en la ciudad y ofrecer un atractivo más para los huéspedes y externos.</p>	
<p>Los potenciales consumidores tienen más y mejores expectativas del ambiente y el producto a consumir, por ello la gran ventaja paisajista que consigo trae la implementación de Ambientes gastronómicos ecológicos, lo que implica estar al aire libre y vivir una experiencia diferente</p>	<p>El estado cambiante de los gustos y preferencias de los clientes y consumidores</p>
<p>El aprovechamiento de espacios no construidos en las superficies hoteleras reduciendo costos, mejorando la estructura, aminorando los impactos ambientales.</p>	

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2. Matriz Peea.

Fortaleza financiera	Calificación
Recursos económicos por parte del grupo hotelero IHG para financiar el proyecto	4,0
Recursos económicos por parte de la cadena hotelero Hoteles Estelar para financiar el proyecto	3,0
Riego con la inversión y sus resultados	1,0
Recursos de inversionistas, se verán reflejados por las utilidades generadas al crear un Ambiente Gastronómico Ecológico implicando ello una oferta adicional al interior del hotel.	3,0
TOTAL	11,0
Fortaleza Industrial	
La estratégica ubicación del hotel le permite disfrutar de una belleza única que incrementa el valor agregado del proyecto	5,0
Tanto el grupo como la cadena hotelera cuentan estrategias de mercadeo con capacidad de posicionamiento y penetración lo que garantizara el éxito del proyecto	4,0
Una estructura organizacional completamente definida.	3,0
Personal altamente calificado con certificación en competencias laborales	5,0
El ambiente Gastronómico Ecológico a implementar es una extensión de un de los restaurantes del Hotel, el restaurante La Pizzería, esto minimiza los costos de inversión.	5,0
Aprovechamiento de la demanda latente La cual está en busca de más y mejores ofertas para el esparcimiento y el ocio.	3,0

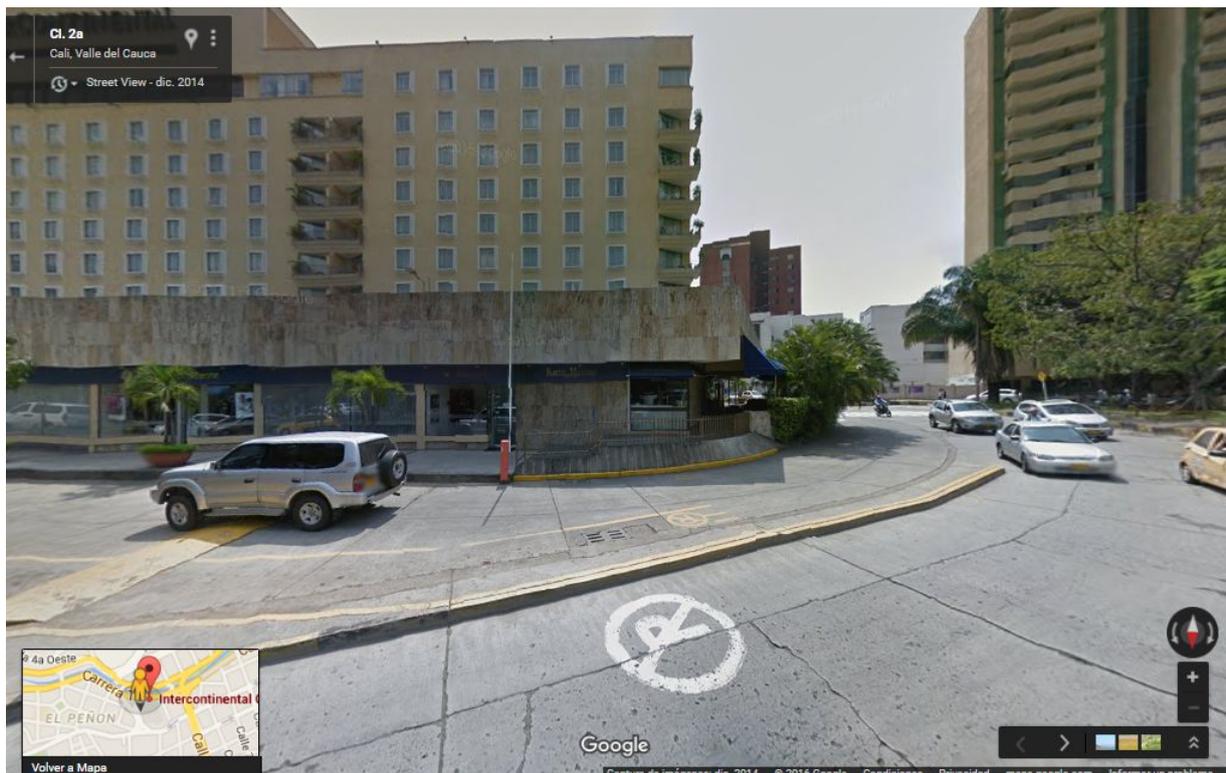
Coffee bar, zona Picnic y un ambiente ecológico en puntos estratégicos bajo una temática llamativa generando un atractivo.	4,0
TOTAL	29,0
Estabilidad Ambiental	
El Hotel InterContinental Cali, cuenta con programas de certificación ambiental las cuales controlan miden el progreso del Hotel en temas de disminución de consumo de recursos y la premisa de aminorar el impacto medio ambiental generado por su operación.	-1,0
cambios tecnológicos que exigen al proyecto mantener siempre a la vanguardia y así trabajar bajo las mejores prácticas de sostenibilidad ambiental	-5,0
Aprovechamiento de la demanda latente La cual está en busca de más y mejores ofertas para el esparcimiento y el ocio.	-4,0
El grupo IHG cuenta con estrategias similares implementas por el resto del mundo, pero con la ausencia de una sinergia entre servicios y estrategias Ambientales	-3,0
Variación de la demanda según los nuevos tipos de consumidores y sus deseos	-2,0
La generación de energía propuestas innovadoras, ello hará más factible obtener certificaciones ambientales más prestigiosas como la Certificación LEED.	-2,0
El hotel está rodeado de gran oferta con restaurantes y lugares que tratan de implementar una temática ambiental, pero sin llegar a ser tan específica como la propuesta.	
TOTAL	-17,0
Ventaja Competitiva	

El Restaurante La Pizzería en el Hotel InterContinental Cali, Un Hotel Estelar, es considerad como la mejor pizzería de Cali, hacer de ella una extensión para aprovechar las ventajas competitivas que tiene el hotel al darle un uso a su terraza y así contribuir con el ambiente.	-4,0
La promesa de venta que garantiza un ambiente ecológico y sano, que hará de su estancia un rato más ameno y placentero.	-4,0
el gran nivel de reconocimiento del hotel a nivel mundial pronostica éxito en la propuesta ya que la oferta y la demanda coinciden con la iniciativa de innovación.	-3,0
El contar con un sistema de gestión integral al interior del hotel le da mayor peso al proyecto es la base fundamental para que este se mantenga en pie, lo que permitirá controlar y dar seguimiento a todos esos factores medio ambientales y de recursos que tanto se desean controlar.	-5,0
Plataformas de comunicación e interacción con los clientes para siempre conocer sus deseos, quejas o inquietudes.	-5,0
TOTAL	-21,0
Conclusión	
Fortaleza financiera FF	2,75
fortaleza industrial FI	3,63
Estabilidad Ambiental EA	-4,25
Ventaja Competitiva VC	-4,20
Eje X: VC y FI	-0,58
Eje Y: EA y FF	-1,50

Fuente: Elaboración propia.



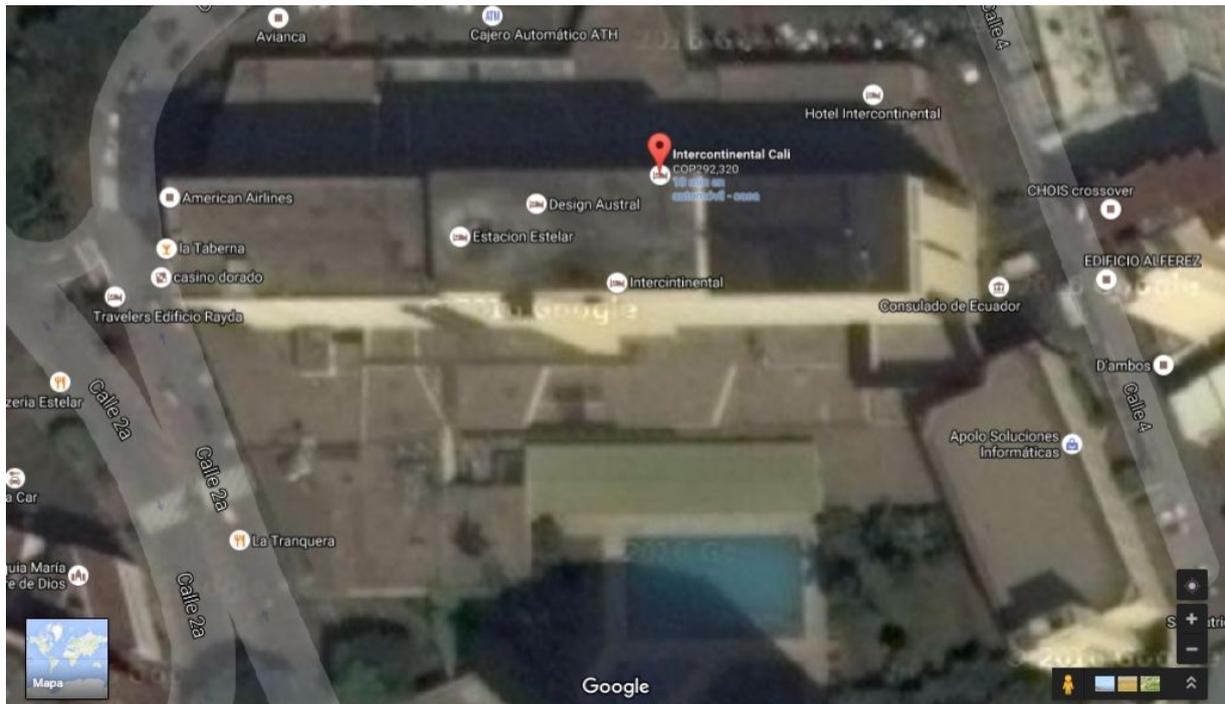
Anexo 3. Hotel InterContinental de Cali.



Fuente: Elaboración propia.

Anexo 4. Terraza sobre el restaurante la Pizzeria Estelar





Fuente: Elaboración propia.

Anexo 5. Fichas de lectura.

FICHA DE LECTURA N°1
NOMBRE DE LA PUBLICACIÓN: Marketing Turístico
AUTOR: Escobar, Antonio ; González, Yolanda
FECHA DE LA PUBLICACIÓN: 2011
EDITORIAL: Síntesis
NUMERO DE PÁGINAS: 316 p
IDEAS CENTRALES O CITAS PARA INCLUIR: Un producto nuevo, con elementos diferenciadores y de fácil recordación, inciden en la valoración positiva por parte del cliente al satisfacer sus expectativas y contribuye a su fidelización.
DEBATE A FAVOR: Todo nuevo producto que se identifica con una marca reconocida en el mercado contara con una ventaja competitiva para su comercialización.
DEBATE EN CONTRA:

FICHA DE LECTURA N°2
NOMBRE DE LA PUBLICACIÓN: Marketing Turístico: guía, información y asistencias turísticas. Agencias de viajes y gestión de eventos. Gestión de alojamientos turísticos.
AUTOR: Ojeda García, Carmen Delia; Mármol Sinclair, Patricia
FECHA DE LA PUBLICACIÓN: 2014
EDITORIAL: Paraninfo
NUMERO DE PÁGINAS: 211p.
IDEAS CENTRALES O CITAS PARA INCLUIR: La R.S.E. es una iniciativa voluntaria, impulsada desde la empresa y se refiere a las actividades que van más allá del cumplimiento de la ley.
DEBATE A FAVOR: En este sentido el marketing turístico debe reflexionar sobre la responsabilidad social y la sostenibilidad del medio ambiente en la gestión empresarial, contribuyendo que sus acciones tengan efectos positivos en la sociedad.
DEBATE EN CONTRA:

FICHA DE LECTURA N°3
NOMBRE DE LA PUBLICACIÓN: Naturación urbana: cubiertas ecológicas y mejora ambiental
AUTOR: Briz, Julián
FECHA DE LA PUBLICACIÓN: 2004
EDITORIAL: Julián, Briz
NUMERO DE PÁGINAS: 396 p.: il
IDEAS CENTRALES O CITAS PARA INCLUIR: Mejorar el medio ambiente debe generar eco más profundo en la conciencia social, para lograr alcanzar la rehabilitación urbana.
DEBATE A FAVOR: El consenso entre techos verdes, R.S.E conlleva a formular un nuevo producto competitivo.
DEBATE EN CONTRA: