



Manual del Moderador

Potenciar el Liderazgo Femenino en el Turismo, el Ocio y la Hostelería



CONTENIDO

- 01 Bienvenido al Manual del Moderador de We Lead
- 02 Trabajar con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU
- 03 Integrar los principios de los ODS en sus prácticas de liderazgo
- 04 ¿Qué es la abogacía?
- 05 Construya su campaña paso a paso
- 06 Campañas e iniciativas para potenciar el liderazgo femenino y los viajes sostenibles
- 07 ¡Inspírese! Enlaces y recursos útiles



Financiado por la Unión Europea. No obstante, los puntos de vista y opiniones expresados son exclusivamente los del autor o autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea ni los de la Agencia Ejecutiva en el Ámbito Educativo y Cultural Europeo (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser consideradas responsables de las mismas.

Esta licencia permite a los reutilizadores distribuir, remezclar, adaptar y crear a partir del material en cualquier medio o formato, siempre que se cite al creador. La licencia permite el uso comercial. CC BY incluye los siguientes elementos BY: debe darse crédito al creador.



1. Bienvenido al Manual del Moderador de We Lead

Bienvenido al Manual del Moderador diseñado para empoderar e inspirar a los líderes de los sectores del turismo, el ocio y la hostelería para que aboguen por el liderazgo femenino y un mayor equilibrio de género dentro del sector.

Este manual está diseñado para servir de guía exhaustiva para desarrollar estrategias de promoción sólidas, así como para explicar cómo integrar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en las prácticas de liderazgo. Además, sirve de guía sobre cómo utilizar los recursos de We Lead para impulsar su labor de promoción y sus campañas.

Esperamos que este Manual, junto con nuestras Guías para la realización de campañas en línea, le proporcione las herramientas necesarias para lanzar sus propias campañas con el fin de resaltar la importancia del equilibrio de género en los puestos de liderazgo y las prácticas sostenibles dentro del sector turístico.



**“Cuando el mundo calla,
una sola voz se vuelve
poderosa”.**

- Malala Yousafzai, defensora y activista
pakistaní, es conocida sobre todo por promover la
educación, especialmente para las niñas.

2. Trabajar con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU

El Manual del Moderador de We Lead está diseñado para inspirar y guiar a los actores del sector turístico a planificar y llevar a cabo campañas e iniciativas que pongan de relieve el liderazgo de las mujeres y las acciones contra el cambio climático. El proyecto We Lead se propone poner de relieve dos objetivos de los ODS (el 5 y el 13) y la importancia de promover iniciativas que aborden las cuestiones que plantean.

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son un llamamiento a la acción para que todos los países colaboren para acabar con la pobreza, mejorar la sanidad y la educación y reducir las desigualdades, al tiempo que abordan los problemas que plantea el cambio climático. Cada uno de los 17 ODS tiene sus propias metas que cumplir (169 metas en total) para alcanzar dichos objetivos.

Las pruebas demuestran que cuando los esfuerzos de los ODS se implementan de manera efectiva, tienen la capacidad de generar cambios políticos positivos y beneficiosos. ([fuente](#)).

El sector del turismo y la hostelería puede vincularse a los 17 ODS. Esto se debe a que el turismo no solo es importante desde el punto de vista económico, sino que también puede influir en los aspectos sociales de las comunidades y repercutir en la vida de las personas, ya se trate de los propios turistas o de las comunidades anfitrionas.



ODS:

Turismo, Igualdad de Género y Acción por el Clima

Debido a la variedad de formas en que el turismo y los ODS se interrelacionan, hay muchas maneras en que las empresas turísticas y otras partes interesadas pueden alinearse con y/o incorporar los ODS en su trabajo e iniciativas. En el proyecto We Lead nos centramos en el Objetivo 5 y el Objetivo 13 o Igualdad de Género y Acción por el Clima, respectivamente.

Meta 5: Igualdad de Género

El objetivo del ODS 5 es **“lograr la igualdad de género y empoderar a las mujeres y las niñas para que alcancen su pleno potencial”**. Lo que se incluye en esta declaración es la necesidad de garantizar que las mujeres tengan acceso a un empleo estable, los derechos reproductivos, la eliminación de la violencia de género y que las mujeres sean una parte real de la toma de decisiones tanto en la esfera pública como en la privada.

En este sentido, el turismo puede desempeñar un papel crucial empoderando a las mujeres, especialmente ofreciéndoles oportunidades de empleo e ingresos a través de las PYME del sector turístico y de las empresas relacionadas con la hostelería. También está relacionado con el ODS 8, que aborda la importancia del “empleo productivo y el trabajo decente para todos”.

El turismo y la hostelería como sector ya es una industria que cuenta con una elevada proporción de mujeres empleadas y una larga historia de empresarias turísticas que dan forma a la industria. Por lo tanto, el turismo es un lugar ideal para que las mujeres tomen la iniciativa y participen activamente en la toma de decisiones importantes para abordar los retos a los que se enfrenta el turismo, por ejemplo en relación con el cambio climático.

Meta 13: Acción por el Clima

El turismo contribuye al cambio climático y se ve afectado por él, ya que el sector depende en gran medida del medio ambiente.

Por lo tanto, los agentes del turismo deberían desempeñar un papel activo en la respuesta mundial al cambio climático. Así pues, el sector en su conjunto debería tratar de reducir su huella de carbono y aspirar a un crecimiento con bajas emisiones de carbono y a prácticas curativas que ayuden a afrontar uno de los retos más acuciantes de nuestro tiempo.

La educación y la formación son vías fundamentales para aumentar la concienciación sobre la mitigación del cambio climático y las acciones al respecto. Por lo tanto, es **imperativo que las empresas y organizaciones turísticas se centren en educar tanto a los empleados como a los clientes sobre el cambio climático y los beneficios de las prácticas sostenibles en el turismo.**





Discusiones:



- ¿Qué medidas puede adoptar su empresa u organización para garantizar un mayor **equilibrio de género y oportunidades** tanto en sus operaciones diarias como en sus estrategias a largo plazo?



- ¿Cómo incorpora su empresa u organización **prácticas de turismo sostenible**? ¿Ha implementado algún objetivo de sostenibilidad en sus estrategias empresariales?

Más información:



Profundizamos en cómo se interrelacionan estos dos objetivos en nuestro [Informe revelador sobre el liderazgo de las mujeres en el turismo sostenible](#). En el informe, destacamos cómo estudios recientes demuestran que las mujeres suelen ser más conscientes del medio ambiente que los hombres, y cómo un mayor equilibrio de género en los puestos directivos puede repercutir positivamente en el impacto de una empresa sobre el clima.



3. Integrar los Principios de los ODS en sus Prácticas de Liderazgo

La sostenibilidad no puede ser una mera palabra de moda. Para garantizar que su empresa u organización turística trabaja activamente para minimizar el impacto negativo de los viajes y desarrollar prácticas sostenibles - la sostenibilidad debe incorporarse a todos los aspectos de la empresa, especialmente al liderazgo.

Los líderes de la sostenibilidad son empleados que quieren y pueden elaborar planes de sostenibilidad a largo plazo y cumplirlos. Son capaces de ver la empresa en su conjunto desde el prisma de la sostenibilidad, identificar las medidas que pueden adoptarse y tener el empuje necesario para llevarlas a cabo.



Los líderes de la sostenibilidad son «individuos que se sienten impulsados a marcar la diferencia profundizando en su conciencia de sí mismos en relación con el mundo que les rodea.

Al hacerlo, adoptan nuevas formas de ver, pensar e interactuar que dan lugar a soluciones innovadoras y sostenibles.»

- El Instituto de Liderazgo en Sostenibilidad



3. Integrar los Principios de los ODS en sus Prácticas de Liderazgo (cont.)

Para ser un líder en sostenibilidad e integrar los principios de los ODS en su trabajo, debe tener una idea clara de lo que quiere conseguir en su empresa u organización y cómo medirá sus progresos. Habrá obstáculos en el camino, por lo que es importante ser flexible y no tener miedo a experimentar para encontrar lo que funciona para su lugar de trabajo.

Para ser una empresa sostenible, tiene que **hacer de la sostenibilidad parte de su marca** y asegurarse de que la empresa en su conjunto refleja estos valores. Además, **la transparencia es muy importante** para generar confianza y credibilidad, así que comunique sus esfuerzos a sus empleados, clientes y otras partes interesadas y hágales saber por qué son importantes.

Por último, una de las mejores formas de fomentar las prácticas sostenibles es predicar con el ejemplo e inspirar así a los demás. Busque siempre nuevas formas de mejorar y aprenda tanto de sus aciertos como de sus errores para mejorar continuamente sus prácticas de sostenibilidad a lo largo del tiempo.

Para saber más



- [Blueprint for SDG Leadership](#)
- [Sustainable Development Goals: How to integrate the SDGs in 4 steps](#)
- [Sustainable Leadership: Linking theory and practice](#)
- [Role of local leadership in attaining Sustainable Development Goals](#)



*Toda abogacía es,
en el fondo, un ejercicio
de empatía*

- Samantha Power
Administradora de la Agencia de
EE.UU. para el Desarrollo Internacional



4. ¿Qué es la abogacía?

Se habla de promoción cuando uno decide promover **activamente una causa o un principio** y emprende acciones deliberadas que le llevan a alcanzar los objetivos que se ha fijado.

No implica necesariamente confrontación o conflicto, pero sí dar a conocer la causa a quienes tienen el poder de realizar los cambios que te gustaría que ocurrieran, así como a quienes pueden ayudar a amplificar tu mensaje.

La clave para defender con éxito un determinado tema o causa es **conocer bien el asunto y desarrollar un mensaje claro que quieras comunicar** a tu público objetivo. En la siguiente sección, repasaremos algunos consejos y trucos útiles sobre cómo puedes planificar y lanzar tu propia campaña o iniciativa con éxito.

5. Construya su campaña paso a paso

1. Comprender el problema o los problemas

Antes de iniciar cualquier labor de incidencia política, es importante adquirir un conocimiento profundo de las cuestiones y los problemas que se plantean para ser lo más eficaz posible en dicha labor.

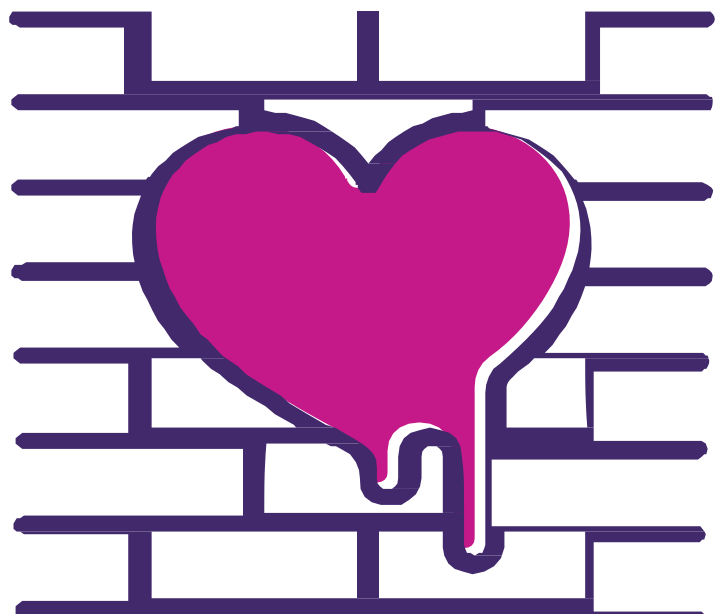
- ¿Cuáles son los principales problemas?
- ¿A quién afectan más?

Otro aspecto importante que hay que tener en cuenta antes de iniciar cualquier labor de promoción o campaña es tener unos objetivos claros en mente.

- ¿Cuál es el resultado deseado?
- ¿Cuál es la mejor manera de llegar a su público objetivo?
- ¿Cómo puede inspirar a la gente para que se una a su campaña?

Si responde a estas preguntas y se sumerge en los temas que desea abordar, podrá empezar a dar forma al tipo de campaña de sensibilización que le ayudará a alcanzar sus objetivos. Garantizar una mayor igualdad de género e incorporar prácticas sostenibles en el sector del turismo y la hostelería puede parecer una gran empresa. Por ello, es importante **desarrollar un buen plan y tener unos objetivos claros en mente.**

Aunque probablemente ya sepas a grandes rasgos por qué son importantes las cuestiones relacionadas con la igualdad de género y la acción por el clima, es importante profundizar en los temas concretos que quieres abordar y armarte de conocimientos adicionales sobre los problemas y cómo afectan a tu comunidad. **Con estos conocimientos** podrás transmitir mejor tu mensaje, persuadir a los demás para que se unan a tu causa y responder a cualquier pregunta que pueda surgir por el camino.



1. Comprender los problemas (continuación)



Para saber más:

Recursos Educativos Abiertos de We Lead (los REA) se crearon para abordar:

- La disparidad de género en los sectores del turismo, la hostelería y el ocio (THL) en toda Europa, especialmente en los puestos directivos.
- La falta de interrelación entre género y cambio climático, que puede obstaculizar la eficacia de las iniciativas de transición ecológica en el mercado laboral.
- La desigualdad de acceso en los procesos de toma de decisiones sobre la acción climática y la necesidad de obtener las importantes contribuciones de las personas infrarrepresentadas y de las mujeres en su amplia diversidad, como expertas, responsables de la toma de decisiones, consumidoras, cuidadoras, educadoras y partes interesadas.
- El alto nivel de mano de obra extranjera/migrante en el sector turístico, que actualmente está aumentando en todos los países de la UE debido al gran número de mujeres y niños migrantes que han huido de regiones en conflicto.

Los REA son, por tanto, un excelente punto de partida si desea profundizar en estas cuestiones y adquirir los conocimientos básicos necesarios para sus propias iniciativas relacionadas con el equilibrio de género y las prácticas sostenibles en el sector turístico.

Recursos de Educación Abierta

We Lead WOMEN IN TOURISM, HOSPITALITY & LEISURE

MÓDULO 1 Las mujeres en los sectores del turismo, la hostelería y el ocio

- Superar retos e impulsar el cambio
- Romper barreras - Igualdad de género en el liderazgo de THL
- Capacitación de las mujeres en los sectores de THL
- Diversidad de género: fomento de la inclusión y la igualdad
- Promoción de la carrera profesional de las mujeres: estrategias y buenas prácticas
- El papel de la mujer en la empresa sostenible

MÓDULO 2 Cómo acceder a puestos directivos

- Educación y desarrollo de competencias
- Redes y tutoría
- Promoción y visibilidad
- Desarrollar cualidades de liderazgo

MÓDULO 3 Acción y política climáticas basadas en el género

- Impacto del cambio climático en las mujeres
- Políticas climáticas con perspectiva de género
- Las mujeres y la mitigación y adaptación al cambio climático
- Empoderamiento de las mujeres y acción por el clima
- Integración de la perspectiva de género en las políticas climáticas

MÓDULO 4 Vínculos entre el sector turístico y los ODS

- Fundamentos de la colaboración eficaz
- Habilidades de comunicación para líderes
- Facilitar la toma de decisiones y la generación de ideas
- Herramientas digitales para la colaboración y la comunicación
- Facilitar el aprendizaje y el crecimiento interdisciplinarios
- Mejorar el compromiso de las partes interesadas

MÓDULO 5 Imaginar un mundo mejor: Ideación, exploración y visión creativa

- Fomentar la creatividad y la innovación
- Fomentar una cultura de inclusión
- Promover el aprendizaje y el desarrollo permanentes
- Fomentar el espíritu de exploración y aventura
- Crear plataformas para colaborar y trabajar en red
- Fomentar una mentalidad sostenible

MÓDULO 6 Colaboración, comunicación e importancia del aprendizaje interdisciplinar

- Fundamentals of Effective Collaboration
- Communication Skills for Leaders
- Facilitating Decision-making & Idea Generation
- Digital Tools for Collaboration and Communication
- Enabling Interdisciplinary Learning & Growth
- Enhancing Stakeholder engagement

Co-funded by the European Union

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.





2. Conozca a su(s) grupo(s) destinatario(s)

El público objetivo de su campaña o iniciativa son aquellas personas a las que desea influir y/o educar en las prácticas del turismo sostenible o en la importancia del equilibrio de género.

Por lo tanto, antes de empezar, debe saber a quién intenta llegar con su mensaje, ya que puede ayudarlo a llegar mejor a su público objetivo e interactuar con él una vez que la campaña o iniciativa esté en marcha.

Sus grupos destinatarios pueden:

- encontrarse en su propia organización/empresa, en la red turística local o en su base de clientes.
- sean mujeres que trabajan en el sector turístico, clientes potenciales, otras empresas turísticas, municipios o cualquier otra parte interesada.

Una vez definido su público objetivo, puede empezar a conocerlo y dar forma a su estrategia y al contenido de su mensaje.



Para saber más:

- [Communicating Respect: Know Your Audience](#)
- [Target audience: What it is and how to find yours](#)



3. La colaboración puede ser muy beneficiosa para amplificar su mensaje



Encontrar empresas, grupos u organizaciones afines con los que cooperar puede ser una forma muy poderosa de amplificar un mensaje a un público más amplio y demostrar la voluntad de hacer frente común para abordar los problemas en cuestión. **Cuantas más voces se sumen, más probabilidades habrá de que se escuche el mensaje de la campaña.**

A la hora de buscar colaboradores, aquí tienes algunas preguntas que puedes plantearte:

- **¿Qué quiere conseguir con la colaboración?**
- **¿En qué necesita ayuda?**
- **¿Qué competencias, conocimientos o recursos busca?**

Es bueno tener una visión clara de lo que se quiere conseguir con la colaboración para que tenga el mayor éxito posible. Ya se trate de compartir recursos, ideas o audiencias, una buena colaboración puede ayudar a maximizar su alcance y hacer llegar su mensaje a las personas que desea que lo escuchen.



Para saber más:

- [A quick guide on business collaboration: Best practices, types and tools you should use](#)
- [How do you find and contact collaborators for your project?](#)
- [How to establish a collaboration](#)
- [What makes advocacy collaboratives successful?](#)



4. Elaborar un plan

Las empresas turísticas, organizaciones y otras partes interesadas que deseen iniciar una campaña deben definir los objetivos de la misma y dividirlos en pasos específicos. Dividir los objetivos generales en pasos más pequeños y manejables puede ayudar a mantener la campaña en el buen camino. También puede ser beneficioso **dividirlos en:**

a) a largo plazo, b) intermedio, c) objetivos a corto plazo.

A la hora de redactar los objetivos de su campaña y sus criterios, puede ser útil tener presente el acrónimo **EMARE**.

- **Específico:** Sea lo más específico posible sobre sus objetivos, lo que quiere conseguir, para quién, por qué y cuál es su calendario.
- **Medible:** Defina cómo va a medir el progreso y el éxito de su campaña. También puede ser una buena forma de ver qué ha conseguido y cuánto.
- **Alcanzable:** Establezca objetivos realistas para su campaña. Sea ambicioso, pero también realista. ¿Qué puede conseguir con el tiempo y los recursos de que dispone?
- **Relevante:** Asegúrese de que todos sus objetivos persiguen el mismo fin, lo que le ayudará a cumplir su misión general con la campaña.
- **En función del tiempo:** Fije una fecha final para su campaña. Tener una fecha concreta hacia la que trabajar evita que pierdas el norte por el camino.



Para saber más:

- [Developing strategic and action plans](#)
- [How to write SMART goals \(plus examples\)](#)



5. Comunicar su mensaje

Hay muchas formas de comunicar un mensaje y es importante encontrar el mejor medio para hacerlo.

Encontrar la mejor manera de comunicar su mensaje de forma que fomente el entendimiento mutuo e inspire a la gente a implicarse en su campaña, tanto si se trata de comunicar las prácticas sostenibles de su empresa como de abogar por un mayor equilibrio entre hombres y mujeres.

Puntos a tener en cuenta

- **Propósito y mensaje:** Deja claro lo que quieres comunicar para evitar malentendidos.
- **Medio de comunicación:** ¿Cómo piensa comunicar su mensaje? La elección del medio por el que va a transmitir su mensaje puede influir en su recepción. ¿Está organizando una campaña en las redes sociales? ¿Organiza un taller? El medio debe determinar el tono y el estilo de su comunicación.
- **Transmitir el mensaje:** Elige el lenguaje, las palabras, las imágenes e incluso los sonidos (por ejemplo, en un vídeo) con intención. Cuanto más piense en cómo transmitir su mensaje, menos margen de error habrá.
- **Interacción y retroalimentación:** En su plan de comunicación, incorpore formas para que su público interactúe con su campaña y le dé su opinión. Esto puede ayudarle a asegurarse de que su mensaje está siendo recibido como usted quería y puede ayudar a fortalecer sus objetivos generales y su relación con su público.



Para saber más:

- [Getting your message out: 10 communication practices for changing times](#)
- [Communicating the message](#)
- [Communicating with purpose](#)



5. Comunicar su mensaje (continuación)

Desarrollar buenas habilidades de comunicación para captar la atención de sus empleados, miembros del equipo y público es importante, y hay varias formas de lograr sus objetivos mediante una comunicación clara y atractiva. No tenga miedo de ser innovador y encontrar formas creativas de interactuar y comprometerse con la gente.

Capacidad de escucha activa

La escucha activa es una de las habilidades más importantes que podemos adoptar. Requiere práctica y paciencia, ya que podemos ser propensos a empezar a pensar en lo siguiente que decir mientras los demás hablan. **La escucha activa consiste en establecer una conexión con los empleados, los colaboradores y el público.** Cuando se trabaja en equipo para alcanzar un objetivo común, la escucha activa puede ayudar a que la comunicación entre los miembros del equipo sea más eficaz y a resolver los conflictos interpersonales. Estar abierto a lo que otros tienen que decir puede fomentar nuevas ideas y formas más eficaces de hacer las cosas.

Negociar

Utilizar la negociación como estrategia para comunicarse con su equipo o colaboradores puede ser una forma eficaz de evitar discusiones innecesarias y ayudar a avanzar en un proyecto encontrando soluciones que conduzcan a los resultados deseados. Puede ayudar a un equipo a examinar un problema desde todos los puntos de vista y llegar a un compromiso que beneficie y añada valor a los objetivos generales de su campaña.



Para saber más:

- [Active listening skills in leadership](#)
- [How to develop negotiation as a leadership skill](#)
- [The Importance of negotiation skills for leaders](#)



5. Comunicar su mensaje (continuación)

Cuentacuentos

Contar una historia es una herramienta útil para que las empresas y organizaciones turísticas interactúen con su público. Las historias son una excelente manera de captar la atención de la gente, crear una conexión e inspirar a la gente a actuar. **¡No tenga miedo de ser personal!**

Puedes utilizar distintos formatos, como vídeo, audio, texto o gráficos, para transmitir tu historia, pero es importante que utilices imágenes, lenguaje y ejemplos vívidos para sumergir por completo a tu público en tu relato. En todo momento, es importante que su narración sea auténtica y refleje los principios que desea destacar en su campaña.

Campañas en línea

Las campañas en línea son un excelente medio para que las empresas y organizaciones turísticas hagan visible su mensaje al público destinatario previsto. La campaña puede destacarse a través de diversos medios en línea, como las redes sociales, las revistas en línea y los periódicos. También puede ser una forma eficaz de conseguir que la gente se comprometa con la campaña y ayude a difundir la concienciación sobre el problema o los problemas, llegando así a un número aún mayor de personas.

Echa un vistazo → la guía de We Lead sobre las campañas en línea.

Para saber más:



- [The power of business storytelling: Hear ideas from 9 experts](#)
- [Storytelling and the art of advocacy](#)
- [The role of storytelling in digital advocacy](#)

6. Campañas e iniciativas para potenciar el liderazgo femenino y los viajes sostenibles



Capacitar a las mujeres líderes del sector turístico es esencial para promover la igualdad de género, el crecimiento económico y el desarrollo sostenible en todo el mundo.

Las iniciativas que figuran a continuación, entre otras, desempeñan un papel crucial en la promoción del liderazgo y el empoderamiento de las mujeres en el sector turístico, contribuyendo en última instancia a un desarrollo turístico más integrador y sostenible en todo el mundo. ¡Le animamos a que visite sus sitios web para conocer mejor su trabajo e inspirarse!

Principios de empoderamiento de ONU Mujeres PME: ONU Mujeres promueve la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en el lugar de trabajo a través de los PME. Estos principios orientan a las empresas para que empoderen a las mujeres en puestos de liderazgo, también en el sector turístico.

Red Mundial para la Capacitación de las Mujeres en el Turismo (GTWEN): GTWEN es una red mundial dedicada a promover el liderazgo y el espíritu empresarial de las mujeres en el sector turístico. Proporciona recursos, tutoría y oportunidades de establecer contactos para mujeres que trabajan en diversos aspectos de la industria turística.

Mujeres Viajeras CIC: Women in Travel CIC es una empresa social dedicada a empoderar a las mujeres en el sector de los viajes y el turismo. Ofrecen programas de tutoría, eventos de networking e iniciativas de promoción para apoyar el liderazgo y la promoción profesional de las mujeres.

Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC) – Igualdad de Género en el Turismo:

GSTC promueve la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer en el desarrollo del turismo sostenible. Ofrece orientación y programas de certificación para ayudar a las empresas turísticas a integrar políticas y prácticas sensibles al género en sus operaciones.

Foro Internacional de Mujeres de Viajes y Turismo (IWTTF – *International Women in Travel and Tourism Forum*): La IWTTF reúne a mujeres líderes y partes interesadas del sector de los viajes y el turismo para debatir los retos, compartir las mejores prácticas y defender la igualdad de género. Proporciona una plataforma para la creación de redes, la tutoría y la colaboración para promover el liderazgo de las mujeres en el turismo.



Campañas e iniciativas destinadas a potenciar el liderazgo femenino y los viajes sostenibles (cont.)

Las empresas turísticas, las organizaciones de marketing de destinos (OMD) y otras partes interesadas pueden influir mucho en la forma de viajar de los ciudadanos y en las decisiones que toman durante sus vacaciones. Diversas organizaciones turísticas han puesto en marcha campañas creativas e impactantes para destacar la importancia de los viajes sostenibles y concienciar a los turistas sobre el impacto que pueden tener.

Simplemente Siéntete Bien:

Una campaña galardonada, lanzada por primera vez por Visit Germany en 2021, que pone de relieve cómo los viajeros pueden visitar Alemania de forma sostenible a la vez que agradable.

Viajes con Conciencia

Comunitaria: es la última campaña mundial del Consejo Mundial de Viajes y Turismo destinada a concienciar y proteger el equilibrio entre la calidad de vida de los residentes, las experiencias de los turistas y el medio ambiente del destino.

Que siga la Diversión: Fue una campaña de turismo sostenible lanzada en 2019 por el Departamento de Turismo de Filipinas cuyo objetivo era animar a los turistas a «practicar viajes ecológicos» planteándoles retos gamificados.

Campaña "Viajar importa":

Una campaña en curso de una empresa turística británica comprometida con los viajes sostenibles y la educación de empresas afines y sus clientes sobre cómo minimizar el impacto negativo del turismo.



7. ¡Inspírese!

Enlaces y recursos útiles

Hemos reunido algunos artículos, informes, entradas de blog, podcasts y otros recursos útiles e interesantes que le ayudarán a inspirarse en su labor de promoción y campaña en favor de la igualdad de género y las prácticas sostenibles en el sector turístico.

Informes y artículos

Sostenibilidad:

Alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible a través del Turismo - Caja de herramientas de indicadores para proyectos:

- <https://www.e-unwto.org/doi/10.18111/9789284424344>
- <https://www.unwto.org/tourism4sdgs>
- <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/5/2561>
- <https://enterclimate.com/blog/sustainable-tourism-practices/>
- <https://ecocart.io/sustainable-tourism-marketing-strategies/>

Género y turismo:

- <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420384>
- <https://www.unwto.org/gender-and-tourism>
- <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2211973621000337>



¡Inspírese! Enlaces y recursos útiles

Podcasts

[The Broad Experience" / Ashley Milne-Tyte](#)

Un podcast que aborda temas como el sexismo, la conciliación de la vida laboral y familiar y las experiencias únicas de las mujeres en el mundo laboral.

["She Leads" / Amanda Blesing](#)

Amanda entrevista a mujeres líderes de diversos sectores y trata temas de liderazgo, éxito y los retos a los que se enfrentan las mujeres en sus carreras.

[Sheryl Sandberg: "Why we have too few women leaders"](#)

Sheryl Sandberg, Directora de Operaciones de Facebook, ofrece ideas y consejos sobre cómo las mujeres pueden tener éxito en sus carreras.

[Elizabeth Gilbert: "Success, failure and the drive to keep creating"](#)

La escritora Elizabeth Gilbert habla sobre el proceso creativo y el liderazgo, con lecciones aplicables a las mujeres del sector turístico que afrontan los retos de la industria.

[Women we watch in tourism](#)

Women We Watch es el primer podcast mundial que presenta a mujeres líderes en el sector del turismo y la hostelería y sus logros en materia de iniciativa empresarial, igualdad de género, innovación, gestión de crisis y mucho más. Cada episodio presenta las trayectorias profesionales de estas mujeres líderes, sus modelos de negocio, experiencias, cualidades de liderazgo y estrategias prácticas transferibles para los oyentes.

[Use your voice, vote and wallet for climate action](#)

En una conversación de 2021 con Pat Mitchell, comisaria de TEDWomen, Halla Tómasdóttir nos insta a todos a reconocer nuestro poder y a utilizar nuestra voz, nuestro voto y nuestra cartera para catalizar una acción climática significativa. Halla Tómasdóttir fue elegida nueva presidenta de Islandia en junio de 2024.



¡Inspírese!

Enlaces y recursos útiles

[Compendio de Buenas Prácticas de We Lead](#)

El Compendio de Buenas Prácticas de We Lead ofrece historias de mujeres líderes en el sector turístico de los países que participan en el proyecto We Lead Erasmus+. Al compartir historias de mujeres que desempeñan diferentes funciones de liderazgo en el sector turístico, esperamos informar e inspirar a futuras líderes femeninas, así como concienciar al sector sobre la importancia del liderazgo femenino para alcanzar los objetivos de un turismo sostenible y responsable con el clima.

Susana Conde – Spain

