



Co-funded by  
the European Union



MOOC de Coursera: Turismo de lujo sostenible

# PORTFOLIO DE CASOS PRÁCTICOS



# SUHET

CREAR E IMPLEMENTAR EDUCACIÓN PARA  
EL TURISMO SOSTENIBLE DE ALTO NIVEL EN  
TODA EUROPA

Número de proyecto: 2021-1-FI01-KA220-HED-000031996

## Contenido

|   |    |
|---|----|
| Introducción .....  | 2  |
| Estudio de caso 1: Prácticas integrales en Yalo Urban Boutique Hotel,<br>Gante, Bélgica .....   | 3  |
| Estudio de caso 2: Reuniones y eventos en Martin's Château du Lac<br>5*, Genval, Bélgica.....   | 6  |
| Estudio de caso 3: Integración de prácticas turísticas sostenibles de<br>alto nivel: un estudio de caso de una pasantía en Cucumbi Farm ..... | 12 |
| Estudio de caso 4: Adoptar el lujo y la sostenibilidad: el viaje de un<br>estudiante a través del turismo de alto nivel en ME Barcelona ..... | 15 |
| Caso de Estudio 5: SUHET y Santa Park, una oportunidad de<br>pasantías con lujo y sustentabilidad.....  | 18 |
| Estudio de caso 6: SUHET ofrece información que aumenta el valor<br>de la capacitación y las pasantías en el trabajo .....                    | 20 |
| Estudio de caso 7: Navegando por las operaciones de turismo de lujo:<br>Perspectivas de un pasante en Happy tours DMC .....                   | 22 |
| Estudio de caso 8: Armonización de la teoría y la práctica en el<br>turismo sostenible de alto nivel – Estudio de caso Turismo Bohinj ...     | 24 |
| Estudio de caso 9: Sol, mar y sostenibilidad: fomento de la sinergia<br>entre los marcos teóricos y los desafíos del mundo real .....         | 26 |
| Estudio de caso 10: Alinear el conocimiento académico con las<br>realidades de la industria hotelera de lujo.....                             | 29 |

## Introducción

El proyecto “SUHET: Creación e implementación de educación para un turismo sostenible de alto nivel en toda Europa” aborda la brecha entre el conocimiento académico y las necesidades de la industria en el turismo de alto nivel a través de una red de pasantías única. Los estudiantes obtienen experiencia práctica en las empresas participantes, lo que les permite perfeccionar sus habilidades y potencialmente asegurar un empleo futuro. Las empresas se benefician de un grupo de pasantes calificados, lo que fomenta la creación de redes y la internacionalización.

El proyecto SUHET creó una red centrada específicamente en el turismo de alto nivel, ofreciendo a los estudiantes ubicaciones específicas y a las empresas acceso a talento internacional. La red de pasantías generó 10 estudios de caso, 2 de cada país socio, enriqueciendo la experiencia de aprendizaje para futuros estudiantes y profesionales que se matriculen en el MOOC. La experiencia profesional de los estudiantes participantes luego de tomar el MOOC se presenta en el Portafolio de Casos de Estudio de SUHET.

El portafolio de estudios de casos tiene como objetivo mejorar las habilidades prácticas de los estudiantes en turismo de alto nivel exponiéndolos a desafíos y oportunidades del mundo real. Busca validar el contenido del curso frente a las necesidades de la industria, fomentar la colaboración entre el mundo académico y las empresas y cultivar una perspectiva global entre los estudiantes y las empresas involucradas.

El portafolio de estudios de caso está dirigido a docentes, personal de socios asociados, empresas turísticas e instituciones de educación superior. El alcance geográfico de los estudios de caso incluidos en el portafolio cubre Bélgica, Bulgaria, Finlandia, Eslovenia y España. Los estudios de caso fueron cuidadosamente seleccionados para ejemplificar experiencias de pasantías impactantes e innovadoras que se alineen con los objetivos de aprendizaje del MOOC. Los datos se recopilaron a través de cuestionarios estructurados y entrevistas tanto con estudiantes como con proveedores de pasantías para garantizar una comprensión integral de los resultados y desafíos de la pasantía.

Los comentarios y experiencias recopilados durante las pasantías tanto de los estudiantes como de las empresas se desarrollaron en estudios de caso, que complementan el SUHET MOOC “Turismo sostenible de alta gama”, disponible en Coursera: <https://www.coursera.org/learn/sustainable-high-end-tourism>



Fuente de imagen: [www.yalohotel.com](http://www.yalohotel.com)

## Estudio de caso 1: Prácticas integrales en Yalo Urban Boutique Hotel, Gante, Bélgica

La estudiante de EhB Hospitality Management realizó sus prácticas de gestión en el Yalo Urban Hotel de Gante, Bélgica, durante un período de 16 semanas (un total de 608 horas). Fue una pasantía completa. Esto significa que trabajó en diferentes departamentos (bar, reuniones y eventos, recepción, restaurante y bar en la azotea). El objetivo era empezar a trabajar operativamente y así tener una idea clara de las relaciones entre todos estos departamentos. Además, al cabo de un mes la estudiante empezó a incluir cuestiones de gestión en su trabajo como becario como revisar un P&L y ayudar a los responsables de los departamentos involucrados.

Su pasantía en Yalo Urban Boutique Hotel proporcionó aplicación práctica y contexto a los conceptos teóricos cubiertos en el MOOC.

La información práctica del curso sobre prácticas de sostenibilidad y conocimientos de los clientes le han proporcionado una valiosa orientación y contexto durante su pasantía en Yalo Urban Boutique Hotel.

Es posible que haya habido una necesidad de conocimientos en áreas como iniciativas específicas de sostenibilidad y gestión de relaciones con los huéspedes.

La pasantía le brindó una aplicación práctica de los conceptos discutidos en el módulo 1 (Introducción al turismo de alto nivel). Está demostrando

cómo el turismo de alto nivel puede ser a la vez lujoso y sostenible, centrándose al mismo tiempo en satisfacer las expectativas de los clientes y crear valor. Lo que le llamó la atención es que el personal está imbuido de la visión del hotel. Esto comienza incluso en el momento del reclutamiento, pero continúa a través de capacitaciones periódicas de actualización y el énfasis de la visión del hotel durante las reuniones semanales sobre cómo servir a nuestros clientes de una manera súper personal para lograr la máxima satisfacción del cliente.

Según el estudiante, Yalo Urban Boutique Hotel cumple con los tres pilares del turismo sustentable de alto nivel discutidos en el módulo 2. Al implementar prácticas de sustentabilidad económica, ambiental y social en las operaciones diarias, el hotel se esfuerza por brindar experiencias de lujo y al mismo tiempo minimizar los impactos negativos en la sociedad y el medio ambiente. Solo hay dos hoteles que recibieron el Certificado Green Globe en Bélgica y el hotel Yalo es uno de ellos (como miembro certificado). El hotel ofrece una cocina centrada en el producto con un fuerte enfoque en ingredientes producidos responsablemente (locales, frescos, artesanales y, cuando sea posible, orgánicos). El alumno aprendió que incluso en un ambiente de lujo, no sólo se puede ahorrar energía (paneles solares en el techo, luces LED de bajo consumo y sensores y tarjeta energética en las habitaciones), ni agua (el cambio de toallas y ropa de cama bajo petición o después de 3 veces, los grifos y las duchas ahorran agua), pero también CO<sub>2</sub> (el techo verde, el alquiler de bicicletas y la posibilidad de recarga eléctrica en el aparcamiento). Un ejemplo del compromiso social de la empresa es trabajar únicamente con proveedores locales de alimentos y bebidas que apoyen la misma visión de sustentabilidad.

Durante su pasantía, la estudiante se sorprendió al saber que el hotel prestaba mucha atención a apoyar a los lugareños. Sabiendo que Bélgica es más un país productor de cerveza que de vino, en el restaurante y en el bar tuvo que promocionar el vino local elaborado con uvas cultivadas en Lochristi, a las afueras de Gante.

Los conceptos sobre las opiniones de los clientes en el turismo sostenible de alto nivel cubiertos en el módulo tres probablemente habrían influido en varios aspectos de su trabajo diario dentro del Yalo Urban Boutique Hotel. Vio que es importante comprender las preferencias de los clientes para mejorar la experiencia de los huéspedes, pero se dio cuenta de que esto no siempre es evidente. Diariamente se hacía una lista con esas preferencias en la recepción con las preferencias.

Se dio cuenta de que a veces los clientes no siempre pensaban de forma sostenible. Luego, el personal intentó explicarles de qué manera ellos

también pueden aportar su granito de arena para un mundo mejor utilizando los productos de cuidado de Grown Alchemist en dispensadores libres de ingredientes nocivos, utilizando papel y tinta respetuosos con el medio ambiente a base de aceites vegetales. Para descubrir la ciudad, el personal intenta convencer a los clientes de que utilicen la bicicleta o el coche eléctrico (ofrecido por el hotel).

La estudiante no participó en la creación de materiales de marketing, pero sabía que el hotel utiliza varias estrategias de marketing discutidas en el módulo 4: el hotel promueve claramente sus acciones para la sostenibilidad en el sitio web del hotel y también ocasionalmente en las redes sociales. Estas iniciativas de marketing ayudan a atraer viajeros de alto nivel conscientes del medio ambiente y diferenciar el hotel en el mercado del turismo de lujo. En el sitio web, el hotel incluso pide a los huéspedes que aporten activamente ideas sobre cómo ser aún más respetuosos con el medio ambiente.

Si bien la estudiante no participó directamente en las decisiones de gestión operativa, las lecciones del módulo 5 (Gestión operativa del turismo sostenible de alto nivel) ciertamente le han informado sobre el contexto en el que opera Yalo Urban Boutique Hotel. Al reconocer la importancia de la medición del desempeño, la innovación, las consideraciones interculturales y la estrategia de servicio, ahora puede contribuir a las operaciones diarias de la empresa alineando sus acciones con sus objetivos y valores.

Pero, además del curso, a través de una formación constante en los distintos departamentos, a través de la confianza que se da al estudiante para comprobar la cooperación con los demás departamentos, para aprender a delegar a otros alumnos, a atender a los clientes, a hacerles disfrutar de una experiencia WOW (un toque personal o un servicio inesperado para cada cliente),... ha aprendido a mirar las operaciones del hotel de una manera aún más diligente, a trabajar con mayor precisión con un solo objetivo: para proporcionar el mejor servicio a los clientes de alto nivel del hotel.



Fuente de imagen: <https://www.martinshotels.com/>

## Estudio de caso 2: Reuniones y eventos en Martin's Château du Lac 5\*, Genval, Bélgica

Este estudiante del último año de EhB realizó sus prácticas en gestión hotelera en el Martin's Château du Lac hotel, Bélgica por un periodo de 25 semanas y un total de 950 horas. El estudiante trabajó en el departamento de Reuniones y Eventos de este hotel de 5\*. Su pasantía involucró tareas administrativas como la preparación de banquetes, reuniones y eventos de la A a la Z, incluyendo el contacto con los clientes durante todo el proceso, y en el campo recibía a los invitados, hacía el seguimiento de los eventos, debía ser proactivo en tratar las necesidades y solicitudes de los clientes y garantizar el contacto regular con los clientes.

El estudiante confirmó que el curso en línea realmente le ayudó a comprender mejor la sostenibilidad. Le resultó más fácil abordar tareas sobre sostenibilidad, y podría contribuir más después de completar el curso. Durante los cursos se discutieron los criterios GSTC. No conocía estos criterios antes de comenzar el curso en línea. Durante su pasantía tuvo que respetar las normas estándar. Gracias a las directrices GSTC, tenía conocimiento previo de ellas.

Al reflexionar sobre el contenido del curso, pensó que se centraba en mejorar prácticas de sustentabilidad. Sin embargo, lamentó perderse el segmento que profundizaba en medir la sostenibilidad dentro de una empresa. A lo largo de su pasantía se había topado con diversas metodologías para este fin. Estas incluyeron la evaluación de la huella de carbono, la utilización de marcos como BREEAM y la incorporación de certificaciones como Green Key.

El estudiante confirmó que había visto a menudo la discusión del Módulo 1 sobre la evolución histórica del lujo y su relevancia contemporánea reflejada en sus actividades diarias. Destacó cómo el lujo, que alguna vez fue un símbolo de estatus de élite, había evolucionado hacia un concepto más accesible y experiencial. Esta evolución correspondió al enfoque del hotel de brindar experiencias de lujo, que priorizó comprender a los diversos clientes manteniendo la exclusividad y la calidad. Aquí era importante crear experiencias personalizadas que resonaran emocionalmente en los clientes y reflejaran la definición moderna de lujo. La experiencia era tan importante como la materialidad. Por ello, se esforzó por satisfacer la creciente demanda de experiencias de lujo personalizadas.

El estudiante comentó que respondiendo a esta tendencia, el hotel ha lanzado un nuevo folleto en la web del hotel sobre las ofertas de team building para hacer aún más personales y especiales los eventos y la estancia de los clientes. Esta iniciativa reflejó el compromiso del hotel de satisfacer la creciente demanda de experiencias de lujo personalizadas.

En pocas palabras, los conocimientos del Módulo 1 brindaron al estudiante una visión de las experiencias turísticas de alto nivel y mejoraron su enfoque hacia ellas.

El alumno mostró el folleto del hotel con todas las experiencias de teambuilding para dar una dimensión extra a las reuniones de empresas y motivar a su personal.

(<https://hapi.mmcreation.com/hapidam/4574ddde-c586-461f-846e-a162fbd57e0b/MCDL-TEAM-BUILDING-2024%20EN.pdf>)

El módulo 2 describió los tres pilares del turismo sostenible de alto nivel: sostenibilidad económica, social y ambiental. Estos pilares reflejaban la necesidad de equilibrar la rentabilidad económica, la justicia social y la conservación ambiental en las actividades turísticas. En el día a día del estudiante había observado la relevancia directa de estos pilares para las prácticas y experiencias dentro de la empresa.

El estudiante confirmó que el departamento Meeting & Events del hotel Martin's Château du Lac 5\* prestó especial atención a la sostenibilidad,

ofreciendo a las empresas una forma ecológica de celebrar sus eventos y reuniones.



([https://hapi.mmcreation.com/hapidam/2d4dae51-6b2b-4fdd-b799-24bb189dd327/Martin's Chateau du Lac - Primavera Verano 2024.pdf](https://hapi.mmcreation.com/hapidam/2d4dae51-6b2b-4fdd-b799-24bb189dd327/Martin's%20Chateau%20du%20Lac%20-%20Primavera%20Verano%202024.pdf))

Además de esta iniciativa, el hotel intentó sensibilizar al máximo a los clientes. El estudiante se sorprendió al saber que dentro de la gran variedad de actividades de teambuilding dentro y al aire libre, los clientes podían incluso elegir algunas actividades especiales ecológicas, indicadas

con el logo.  como Fábrica de Juguetes y Parque Eólico. Puede encontrar más explicaciones en el folleto.

Un aspecto importante de la sostenibilidad económica fue impulsar la prosperidad local a través de la colaboración del hotel con las empresas locales. El estudiante confirmó que la cadena Martin's Hotels fue un buen ejemplo de adopción de la economía circular. De hecho, sus prácticas sostenibles ya les habían valido varios certificados y premios. Priorizaron los productos locales, naturales, reciclados/reciclables y de temporada, alentaron a los proveedores a cumplir con su Código de Conducta y minimizaron la cantidad de residuos en sus hoteles. Los residuos que inevitablemente generaban como empresa hotelera los reciclaban en la medida de lo posible.

El estudiante también aprendió que la sostenibilidad social giraba en torno a la defensa de los derechos humanos, el fomento de la igualdad de oportunidades y el apoyo a las comunidades locales. Un excelente ejemplo de esto fue evidente en los hoteles de Martin, donde factores como el color de la piel, el origen étnico, la riqueza, el género o la sexualidad no se consideraban barreras.

La actividad de teambuilding 'Solar Buddy' fue un perfecto ejemplo de compromiso social. Eche un vistazo al folleto sobre teambuilding, p. 16. ([https://hapi.mmcreation.com/hapidam/4574ddde-c586-461f-846e-a162fbd57e0b/MCDL -TEAM-BUILDING-2024%20 EN.pdf](https://hapi.mmcreation.com/hapidam/4574ddde-c586-461f-846e-a162fbd57e0b/MCDL-TEAM-BUILDING-2024%20EN.pdf))

**Sostenibilidad del medio ambiente** centrado en conservar los recursos naturales, minimizar la contaminación y preservar la biodiversidad. Durante su pasantía, el estudiante pudo constatar que los hoteles Martin's integran prácticas de gestión ambiental en las operaciones diarias, como

reciclaje de residuos, medidas de eficiencia energética, uso sustentable del agua y manejo responsable de áreas naturales. Toda la electricidad que compró el hotel tenía la etiqueta verde, asegurando que contribuía a un entorno más ecológico. Otros ejemplos fueron el uso únicamente de botellas de agua de vidrio durante las reuniones. Si había que utilizar algo desechable, que fuera de papel, de cartón, que fuera fácil de reciclar. En cada sala de reuniones se pueden encontrar contenedores especiales para clasificar inmediatamente los residuos.

El estudiante admitió que el desperdicio de alimentos es otro gran problema en la industria hotelera. En este hotel, las sobras de comidas y/o buffets se entregaban a los miembros del personal para que no tuvieran que tirarlas.

Recientemente, las tarjetas de habitación de plástico han sido sustituidas por tarjetas de habitación de madera sostenible.

Sin embargo, todavía se usaba y tiraba mucho papel. Se había hablado mucho de reducir esto y hacer mucho más digitalmente, pero todo eso requeriría un cambio de opinión por parte de cada miembro del personal. El estudiante podría concluir que todavía quedaba mucho trabajo por hacer en el sector hotelero para ser más sostenible. Sigue siendo uno de los sectores más contaminantes del mundo.

El módulo 3 analiza las percepciones del cliente en el turismo sostenible de alto nivel.

El estudiante creía que los módulos MOOC a menudo se centraban en el lujo, pero su experiencia de prácticas le había enseñado que el lujo no sólo se define por la clasificación de estrellas del hotel. También se trataba de crear experiencias memorables y responder a las necesidades de los huéspedes. En el hotel donde había realizado sus prácticas priorizaron la satisfacción de los huéspedes a través de diversas estrategias. Por ejemplo, el Château du Lac de Martin tenía un departamento especial de Experiencias. Este departamento recibía constantemente todo tipo de información sobre las preferencias y deseos especiales de los clientes de otros departamentos como front office, bar y restaurante, reuniones y eventos, limpieza, .... También introducían los perfiles de los huéspedes en el Property Management System (PMS). ). De esta manera, podrían garantizar que la estancia futura de los clientes que regresan fuera aún más especial y memorable.

El hotel también revisó constantemente los comentarios de varias plataformas de viajes (TPI) para mantenerse al tanto de las experiencias de los huéspedes. Al analizar los comentarios de plataformas como Expedia, booking.com y el sitio web del hotel, obtuvieron información sobre las

preferencias de los huéspedes. Esto permitió al hotel garantizar de forma creativa que cada estancia fuera excepcional e inolvidable.

Durante las prácticas, el marketing (Módulo 4) no era responsabilidad del estudiante porque el hotel contaba con un departamento de marketing. Sin embargo, la sostenibilidad siempre estuvo en la mente del personal. Constantemente pensaban en formas de comunicar sus esfuerzos de sostenibilidad a los invitados. El sitio web del hotel informó a los visitantes sobre sus prácticas de sostenibilidad. Además, cada vez que se implementaban nuevas iniciativas de sostenibilidad, se explicaban en un boletín.

El hotel tenía una llave verde. Obviamente, esta etiqueta fue utilizada por el departamento de marketing (mencionado en el sitio web) para mostrar su sostenibilidad.

Gestión operativa del turismo sostenible de alta gama (Módulo 5)

La pregunta clave de este módulo fue: "¿Cómo podemos medir y hacer cumplir eficazmente los estándares de calidad en la industria hotelera?". Dada la naturaleza intangible de los productos, la participación de los empleados era extremadamente importante. Por lo tanto, cada miembro del personal tuvo la oportunidad de asistir 3 veces al año a una formación externa especial.

El estudiante confirmó que después del check-in del huésped y durante su estadía, los miembros del personal siempre tenían que reconocerlo y dirigirse a él por su apellido (o con señor/señora) cada vez que se reunían en el hotel.

Cada miembro del personal tenía un teléfono móvil para intercambiar constantemente información entre sí sobre posibles problemas o requisitos del cliente.

Además, fueron sumamente importantes una importante inversión en tecnología y un compromiso con la gestión continua de la innovación. Equilibrar estos elementos dentro de la empresa representó un gran desafío.

Los hoteles de Martin valoran mucho los comentarios y reseñas de los huéspedes en plataformas como booking.com y Expedia. Cada comentario negativo se tomó en serio y el hotel intentó rectificar o resolver los problemas (potenciales) de manera proactiva lo más rápido posible. La investigación de mercado periódica incluía visitas a hoteles de la competencia para comparar el desempeño del hotel e identificar áreas de mejora. A pesar de la resistencia al cambio, el hotel Martin's Château du Lac reconoció su necesidad de seguir siendo competitivo y brindar una experiencia excepcional al cliente.



Co-funded by  
the European Union





Fuente de imagen: [www.cucumbi.com](http://www.cucumbi.com)

### **Estudio de caso 3: Integración de prácticas turísticas sostenibles de alto nivel: un estudio de caso de una pasantía en Cucumbi Farm**

Durante unas prácticas en Cucumbi Farm, un alojamiento local en la región de Alentejo (Portugal), la estudiante de la Universitat Autònoma de Barcelona estuvo inmersa en varios departamentos durante tres meses. Esta experiencia de capacitación cruzada brindó una perspectiva única sobre las aplicaciones prácticas del turismo sostenible de alto nivel, como se describe en el MOOC sobre Turismo Sostenible de Alto Nivel.

Una de las revelaciones más significativas para el pasante fue la evolución moderna del lujo. El MOOC enfatizó que el lujo contemporáneo se trata menos de poseer artículos raros y más de ofrecer experiencias emocionales personalizadas. En Cucumbi, este cambio fue evidente en las operaciones diarias. El servicio personalizado era primordial, con personal meticulosamente capacitado para comprender y atender las necesidades individuales de los huéspedes. Esto incluyó itinerarios personalizados, sesiones privadas de yoga y clases de cocina con ingredientes de origen local. El énfasis en la interacción humana y la capacitación continua del personal mejoró enormemente la satisfacción de los huéspedes, reforzando las enseñanzas del curso sobre la importancia del servicio personalizado en el turismo de alto nivel.

La sostenibilidad fue otro aspecto crítico del aprendizaje del pasante. Cucumbi Farm integró a la perfección prácticas sostenibles en sus operaciones, proporcionando ejemplos prácticos de los tres pilares del turismo sostenible de alto nivel: sostenibilidad económica, social y ambiental. Económicamente, la granja apoyó a las empresas locales al obtener bienes y servicios localmente, crear empleos y reinvertir ingresos en la comunidad. Socialmente, defendió prácticas laborales justas e involucró a la comunidad local, asegurando que los beneficios del turismo fueran ampliamente compartidos. Desde el punto de vista ambiental, Cucumbi empleó agricultura orgánica, estrategias de reducción de desechos y fuentes de energía renovables, demostrando un fuerte compromiso con la reducción de su huella ecológica.

El pasante observó aplicaciones prácticas de estas prácticas sustentables en las operaciones diarias. Por ejemplo, el agua de la piscina de la granja se climatizó utilizando el calor del sistema de aire acondicionado, lo que muestra un enfoque innovador para la conservación de energía. Los invitados participaron en la sostenibilidad a través de actividades como el compostaje y la jardinería orgánica, que no solo los educaron sobre prácticas sostenibles sino que también los involucraron en las iniciativas ecológicas de la granja.

Comprender los conocimientos de los clientes fue crucial para adaptar las experiencias a fin de satisfacer sus expectativas. Cucumbi recopiló y analizó meticulosamente los datos de los clientes, lo que les permitió ofrecer experiencias altamente personalizadas. Esto abarcó desde recorridos personalizados por granjas y experiencias gastronómicas privadas hasta programas de bienestar personalizados. El compromiso de la granja con la autenticidad y la sostenibilidad resonó profundamente entre los huéspedes, muchos de los cuales valoraron estos aspectos y se convirtieron en defensores leales, destacando la importancia de construir relaciones sólidas con los clientes basadas en la comprensión y la satisfacción de sus necesidades.

Las estrategias de marketing en Cucumbi estuvieron alineadas con principios sustentables. Los productos de la granja, como alojamientos ecológicos y productos orgánicos, se diseñaron teniendo en cuenta la sostenibilidad. Su estrategia de precios reflejó la calidad superior y la sostenibilidad de sus ofertas, atrayendo a clientes dispuestos a invertir en experiencias de alto nivel y con conciencia ecológica. Los esfuerzos de marketing enfatizaron el compromiso de la granja con la sostenibilidad, utilizando narraciones, contenido visual y redes sociales interactivas para involucrar y educar al público.

La gestión operativa de Cucumbi se centró en mantener altos estándares de calidad y eficiencia del servicio. Los procedimientos operativos estándar garantizaron la coherencia en la prestación de servicios, mientras que se buscaron y utilizaron activamente los comentarios de los clientes para impulsar la mejora continua. La integración de la cultura y las tradiciones locales en la experiencia del huésped añadió una dimensión única y auténtica a su estancia. Se adoptó la innovación mediante la adopción de tecnologías ecológicas y se dio prioridad a la satisfacción de los empleados, reconociendo que un equipo motivado es esencial para brindar experiencias excepcionales a los huéspedes.

En conclusión, la pasantía en Cucumbi Farm brindó conocimientos invaluable sobre la implementación práctica de principios de turismo sostenible de alto nivel. La combinación de servicio personalizado, prácticas sostenibles, conocimientos de los clientes, marketing eficaz y excelencia operativa ilustró cómo estos conceptos no son sólo teóricos sino esenciales para crear experiencias turísticas memorables, lujosas y sostenibles. Esta experiencia práctica solidificó la comprensión del pasante sobre el contenido de los MOOC, demostrando su relevancia y aplicabilidad en el mundo real.



Fuente de imagen: [www.melia.com](http://www.melia.com)

## Estudio de caso 4: Adoptar el lujo y la sostenibilidad: el viaje de un estudiante a través del turismo de alto nivel en ME Barcelona

Este caso de estudio se basa en la experiencia de un estudiante de la Universitat Autònoma de Barcelona que realizó unas prácticas de tres meses en ME Barcelona, un prestigioso hotel de 5 estrellas de la cadena Meliá International Hotel. Ubicado cerca de Plaça de Catalunya, ME Barcelona personifica la combinación de lujo y sostenibilidad, un enfoque que se convirtió en el centro de la experiencia de aprendizaje práctico del estudiante.

Durante la pasantía, el estudiante estuvo inmerso en los entornos dinámicos de dos departamentos clave: Recepción y Guest Experience Line. En el departamento de Recepción, el estudiante gestionó operaciones esenciales como registros de entrada y salida, atendió las consultas de los clientes y se coordinó perfectamente con otros departamentos. Mientras tanto, el departamento de Experiencia del Huésped, dedicado a crear experiencias únicas y memorables para los huéspedes, ofreció una visión más profunda de los matices del turismo de alto nivel.

La pasantía cambió significativamente la perspectiva del estudiante sobre el contenido del MOOC sobre Turismo Sostenible de Alta Gama. Inicialmente percibidos como una visión general, los conceptos del curso adquirieron una nueva dimensión de especificidad y profundidad a través de la aplicación práctica. El estudiante se dio cuenta de que el turismo de alto nivel exige una comprensión profunda de cómo crear experiencias únicas e inolvidables, mucho más allá de las meras comodidades de lujo.

Una de las lecciones más fundamentales del curso fue el nuevo concepto de lujo, que enfatiza experiencias personalizadas y únicas. Esta idea cobró vida vívidamente en ME Barcelona, donde los huéspedes, particularmente de EE. UU. y Europa, buscaron experiencias distintivas que iban más allá del itinerario turístico estándar. Deseaban descubrir Barcelona de una manera especial, buscando restaurantes excepcionales y joyas escondidas en lugar de sólo lugares famosos. Por el contrario, los huéspedes de Dubai o la India a menudo preferían la opulencia de habitaciones lujosas y desayunos exquisitos, destacando las variadas expectativas basadas en antecedentes culturales.

La sostenibilidad, piedra angular del MOOC, quedó ejemplificada en las operaciones del hotel. ME Barcelona implementó numerosas prácticas ecológicas, como aprovechar el calor del aire acondicionado para climatizar la piscina o instalar paneles solares. El hotel también adoptó la inclusión social y se posicionó con orgullo como amigable con los homosexuales. Estas prácticas demostraron un compromiso para equilibrar el desarrollo económico, ambiental y social, alineándose con los tres pilares del turismo sostenible de alto nivel.

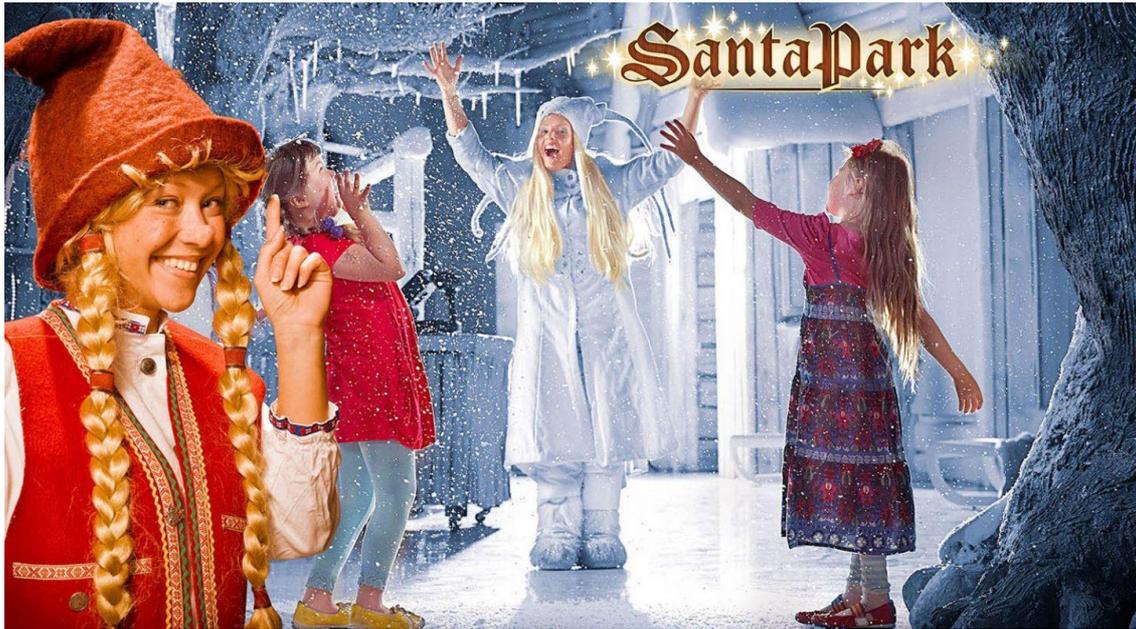
La importancia de comprender los conocimientos de los clientes fue otra lección clave del curso. En ME Barcelona, esto se tradujo en la creación de un ambiente distinto y memorable. El hotel utilizó un aroma característico para evocar recuerdos duraderos en los huéspedes y brindó comodidades especiales a los clientes VIP, asegurando que su estadía estuviera marcada por el lujo y la atención personalizada.

Las estrategias de marketing jugaron un papel crucial en el éxito del hotel, reflejando los principios del curso. ME Barcelona aprovechó su ubicación privilegiada, su presencia en las redes sociales, sus colaboraciones con influencers y su reputación ecológica para atraer a una clientela diversa. Eventos como sesiones de yoga y una fuerte presencia en línea mejoraron aún más el atractivo del hotel, mientras que las colaboraciones con marcas como AMEX aumentaron su prestigio.

La gestión operativa del hotel estuvo marcada por un continuo impulso de mejora. El hotel hizo hincapié en la estandarización de los servicios y recabó periódicamente comentarios tanto de clientes como de empleados.

Se integraron avances tecnológicos, como el uso de tabletas para los registros de entrada y controles inteligentes de las habitaciones, para mejorar la experiencia de los huéspedes sin comprometer la sensación de lujo. El hotel también atendió las preferencias culturales, garantizando la inclusión ajustando las comodidades al perfil de los clientes y ofreciendo amplias opciones veganas.

En conclusión, la pasantía en ME Barcelona proporcionó al estudiante una comprensión profunda y práctica de los principios del turismo sostenible de alto nivel. La experiencia cerró la brecha entre el conocimiento teórico y la aplicación en el mundo real, ilustrando la complejidad del turismo de lujo, la importancia de las experiencias personalizadas para los huéspedes y la implementación de prácticas sostenibles. Este viaje de inmersión no sólo enriqueció el aprendizaje de los estudiantes sino que también subrayó la evolución del panorama del turismo de alto nivel en el mundo actual.



Fuente de imagen: [SantaPark Rovaniemi - Descubriendo Finlandia](#)

## Caso de Estudio 5: SUHET y Santa Park, una oportunidad de pasantías con lujo y sustentabilidad

Aneeq, un estudiante de la Universidad de Ciencias Aplicadas de Laponia, se embarcó en un viaje enriquecedor que integró a la perfección los conocimientos teóricos adquiridos en el MOOC de Turismo Sostenible de Alta Gama con una experiencia práctica durante su pasantía.

En Santa Park Rovaniemi en Laponia, Finlandia, Aneeq se unió al departamento de Hospitalidad y Servicios para huéspedes, adoptando la personalidad de un elfo. A lo largo de 80 horas, profundizó en las complejidades de los viajes de lujo y los servicios a los huéspedes.

La estancia de Aneeq en Santa Park influyó profundamente en su perspectiva sobre los viajes de lujo sostenibles. Al participar activamente en iniciativas ecológicas y en el compromiso comunitario, aprendió a incorporar prácticas sostenibles en los servicios a los huéspedes. En particular, Aneeq defendió el uso de materiales ecológicos para las decoraciones y organizó eventos benéficos para apoyar los esfuerzos educativos locales.

A partir de las enseñanzas del Módulo 1, Aneeq se centró en ofrecer experiencias auténticas de Laponia, priorizando la responsabilidad

ambiental, apoyando a la comunidad local y garantizando un enfoque centrado en el cliente. Facilitó encuentros genuinos, como encuentros con Papá Noel y exploraciones de cuevas, al mismo tiempo que promovió prácticas ecológicas y colaboró con artesanos locales.

En el Módulo 2, Aneeq adquirió conocimientos sobre los pilares económicos, sociales y ambientales del turismo sostenible. En Santa Park, fue testigo de primera mano del compromiso de la empresa con el empleo local, las condiciones laborales justas y la conservación del medio ambiente a través de la gestión de residuos y prácticas energéticas sostenibles.

Aneeq aplicó hábilmente los principios del Módulo 3 al recopilar comentarios de los clientes para personalizar las experiencias, mejorando así la satisfacción de los huéspedes y alineando los servicios con sus preferencias.

Utilizando sus habilidades lingüísticas y herramientas de marketing digital, Aneeq implementó estrategias de marketing sostenibles para comunicar las prácticas ecológicas de Santa Park e involucrar a los visitantes a través de plataformas de redes sociales.

La comprensión de Aneeq sobre la gestión operativa del Módulo 5 le permitió desarrollar conceptos de servicio, optimizar procesos y fomentar la innovación para garantizar la mejora continua de Santa Park.

La síntesis de conocimientos teóricos con experiencia práctica de Aneeq en Santa Park Rovaniemi ejemplifica la aplicación de principios de turismo sostenible de alto nivel. Al priorizar la autenticidad, la responsabilidad ambiental y la satisfacción del cliente, Aneeq contribuye a crear experiencias memorables y sostenibles para los huéspedes, al tiempo que apoya a las comunidades locales y preserva el patrimonio cultural. A través de su dedicación a la mejora continua y la innovación, Aneeq garantiza que Santa Park se mantenga a la vanguardia de la industria de viajes de lujo, brindando un valor excepcional a todas las partes interesadas.



Fuente de imagen: [SantaPark Rovaniemi - Descubriendo Finlandia](#)

## Estudio de caso 6: SUHET ofrece información que aumenta el valor de la capacitación y las pasantías en el trabajo

Prapassorn, un estudiante de Laponia, completó una pasantía en SantaPark en Rovaniemi, Finlandia, un parque temático navideño conocido como la caverna natal de Papá Noel. Trabajó en el departamento de Atención al Cliente como Elfa durante 80 horas de noviembre a diciembre de 2023.

Antes de realizar sus prácticas, Prapassorn tenía pocos conocimientos sobre "turismo sostenible de alto nivel". Sin embargo, estudiar este curso a través de un MOOC fue transformador. El contenido atractivo y los métodos de enseñanza innovadores la motivaron a completar el curso rápidamente. El tiempo simultáneo de su pasantía le permitió observar y aplicar prácticas de gestión sostenible en tiempo real, mejorando su experiencia de aprendizaje.

La pasantía proporcionó aplicaciones directas de varios conceptos del curso, incluida la historia y la importancia del turismo sostenible de alto nivel, los tres pilares de la sostenibilidad, la percepción del cliente, el marketing y la gestión operativa. Sin embargo, consideró que habría sido beneficioso tener una comprensión más profunda de la marca verde versus el lavado verde.

El curso enfatizó que el lujo consiste en crear experiencias únicas y memorables. En SantaPark, esta filosofía se hizo evidente en las operaciones diarias, donde el objetivo era hacer que los huéspedes se sintieran bienvenidos y asegurarles experiencias inolvidables. Paquetes especiales como el VEP (Very Elfish Person) aseguraron que los invitados se sintieran valorados.

Las operaciones de SantaPark reflejaron los tres pilares del turismo sostenible de alto nivel. A nivel medioambiental, el parque promovió el transporte sostenible, el uso compartido de vehículos y las estaciones de carga de vehículos eléctricos. Gestión de residuos enfocada al reciclaje y conservación. Socialmente, el parque trató a los empleados como familia, garantizó un salario justo y creó un ambiente de trabajo multicultural. Se priorizó la accesibilidad para huéspedes con discapacidades y se mantuvieron instalaciones como servicios de objetos perdidos. Económicamente, SantaPark apoyó el empleo local y colaboró con empresas y proveedores locales, reforzando la economía local.

Comprender las necesidades y deseos de los huéspedes permitió a SantaPark personalizar experiencias que cumplieran con sus expectativas, lo que generó comentarios positivos y visitas repetidas. La comunicación internacional eficaz y las herramientas informáticas fueron cruciales para el marketing, ya que permitieron a los invitados acceder a información, comprar entradas y proporcionar comentarios fácilmente.

Los principios de gestión operativa del curso fueron directamente aplicables al funcionamiento diario de SantaPark. Las minuciosas sesiones de capacitación prepararon a los empleados para diversas situaciones, garantizando una atmósfera alegre y memorable para los huéspedes. La recopilación continua de comentarios ayudó a mantener altos estándares de servicio y el marketing en línea fue vital para llegar a los clientes e interactuar con ellos.

La experiencia de Prapassorn en SantaPark destacó la aplicación práctica de los principios del turismo sostenible de alto nivel, demostrando cómo la sostenibilidad, la satisfacción del cliente y la excelencia operativa pueden coexistir en la industria de viajes de lujo.



*Imagen por [StartupStocksFotosdePixabay](#)*

## **Estudio de caso 7: Navegando por las operaciones de turismo de lujo: Perspectivas de un pasante en Happy tours DMC**

En un viaje transformador de la teoría a la práctica, un estudiante pasó del conocimiento teórico adquirido a través del curso de Turismo Sostenible de Alta Gama a la aplicación práctica durante una pasantía en un DMC de Happy Tours. Trabajando dentro del departamento de ultramar, el estudiante navegó por las complejidades del turismo de lujo, buscando alinear las realidades de la industria con prácticas sostenibles.

La pasantía del estudiante duró cinco meses, centrándose en el proyecto Boutique Eslovenia durante los tres primeros meses, seguido de responsabilidades operativas para grupos en los dos meses siguientes. A pesar de enfrentar desafíos, la pasantía brindó conocimientos invaluable sobre la dinámica de las operaciones de turismo de lujo. La experiencia de la pasantía amplió la comprensión del estudiante sobre el turismo de lujo más allá de las construcciones teóricas. Si bien el MOOC sentó una base sólida, la exposición práctica destacó los matices y complejidades inherentes a la atención a diversos segmentos de clientes, en particular aquellos que buscan experiencias de viaje personalizadas.

A partir de los conceptos del curso, el estudiante identificó oportunidades para mejorar las experiencias de los clientes a través de toques

personalizados y ofertas únicas. Ejemplos como viajes a destinos sorpresa para huéspedes estadounidenses e itinerarios personalizados para viajeros franceses subrayaron la importancia de alinear el conocimiento teórico con la aplicación práctica. Al reflexionar sobre la pasantía, el estudiante reconoció la cobertura integral del contenido del curso. Sin embargo, se reconoció la necesidad de poner mayor énfasis en la gestión de crisis, particularmente en el contexto del turismo de lujo, donde las expectativas son altas y las experiencias se seleccionan meticulosamente.

Las experiencias de los estudiantes reflejaron los principios del turismo sostenible de alto nivel descritos en el Módulo 2, aunque con limitaciones operativas. Mientras nos esforzábamos por promover la sostenibilidad, las realidades operativas a menudo requerían compromisos, destacando la necesidad de un enfoque equilibrado para satisfacer tanto las expectativas de los huéspedes como los objetivos de sostenibilidad. El enfoque del Módulo 3 en comprender las preferencias de los clientes resonó en las interacciones diarias del estudiante con los huéspedes. Las diversas necesidades y expectativas de los viajeros de lujo reforzaron la importancia del servicio personalizado y la atención al detalle para brindar experiencias excepcionales. La participación del estudiante en el desarrollo de materiales de marketing, como el folleto de Boutique Eslovenia, ejemplificó la aplicación práctica de los principios del Módulo 4. El folleto sirvió como herramienta estratégica para mostrar las ofertas de lujo en Eslovenia, contribuyendo a la promoción del turismo sostenible de alto nivel.

Si bien aspiraba a priorizar la sostenibilidad en las operaciones, el estudiante reconoció la necesidad de lograr un equilibrio entre la viabilidad empresarial y los objetivos de sostenibilidad. De cara al futuro, el estudiante imaginó un futuro en el que la sostenibilidad sería fundamental para el espíritu de la empresa, impulsando los esfuerzos para atraer huéspedes de lujo y fomentando al mismo tiempo la gestión medioambiental.

El viaje de prácticas ejemplifica la interacción dinámica entre el conocimiento teórico y la aplicación práctica en el ámbito del turismo de lujo. A pesar de encontrar desafíos y limitaciones, las experiencias de los estudiantes subrayan el potencial de alinear las prácticas de la industria con principios sostenibles para brindar experiencias incomparables a los huéspedes. A través de la reflexión y la adaptación, el estudiante emerge no sólo como un practicante concienzudo sino también como un defensor de la sostenibilidad en el panorama en constante evolución del turismo de lujo.



*Imagen por [ivabalkdePixabay](#)*

## **Estudio de caso 8: Armonización de la teoría y la práctica en el turismo sostenible de alto nivel – Estudio de caso Turismo Bohinj**

Embarcarse en el curso de Turismo Sostenible de Alto Nivel marcó el comienzo de un viaje transformador para un estudiante. Este curso, elaborado a través de la colaboración dentro de un proyecto Erasmus+ que abarca instituciones europeas, ofreció una exploración integral del turismo de alto nivel y su relación simbiótica con la sostenibilidad. Sin embargo, fue la pasantía del estudiante en Turismo de Bohinj, Eslovenia, la que proporcionó conocimientos tangibles sobre la aplicación de principios sostenibles dentro de la industria.

Ubicado en medio de las impresionantes vistas y los paisajes prístinos de Bohinj, Eslovenia, Tourism Bohinj emerge como un faro de lujo y sostenibilidad en el ámbito del turismo de alto nivel. A lo largo de una pasantía de 400 horas en este prestigioso destino, el estudiante se vio inmerso en el epítome de la hospitalidad de lujo, donde la sostenibilidad se entrelaza a la perfección con la opulencia.

Dentro de los límites de Turismo de Bohinj, el estudiante discernió una profunda dedicación a los principios sostenibles que trascendían la mera conciencia ambiental; se convirtió en un sello distintivo del lujo. Desde las experiencias meticulosamente seleccionadas hasta las lujosas

habitaciones, cada faceta de la experiencia del huésped estuvo imbuida de un compromiso con la sostenibilidad. Los deberes de los estudiantes abarcaban un espectro de tareas, desde proporcionar servicios de conserjería que atendieran los gustos más exigentes de la clientela de alto nivel hasta orquestar eventos exclusivos con el telón de fondo del majestuoso paisaje de Bohinj. Cada interacción subrayó la inquebrantable dedicación de la compañía no sólo para satisfacer sino también para superar las expectativas de los viajeros de lujo, respetando al mismo tiempo el medio ambiente. En medio de esta atmósfera de lujo refinado, el estudiante se maravilló del espíritu culinario adoptado por Turismo de Bohinj. Aquí la gastronomía trascendió el mero sustento; se convirtió en una forma de arte que celebraba el rico tapiz de la cocina eslovena y al mismo tiempo defendía la sostenibilidad. Los ingredientes de temporada de origen local ocuparon un lugar central, tentando las papilas gustativas de los invitados y fomentando una conexión más profunda con el patrimonio cultural de la región.

Además, el estudiante encontró iniciativas innovadoras destinadas a mejorar la experiencia de los huéspedes y minimizar el impacto ambiental. La tarjeta Alpes Julianos: Bohinj, un sello de exclusividad, no solo otorgaba acceso a una gran cantidad de servicios premium sino que también promovía prácticas sostenibles como el transporte público gratuito, mejorando aún más el atractivo de Bohinj como destino de lujo. A medida que el estudiante pasó de pasante a empleado, aportó conocimientos invaluable adquiridos en su viaje de aprendizaje experiencial. Armados con una comprensión matizada de la hospitalidad de lujo y la sostenibilidad, están preparados para convertirse en pioneros en el ámbito del turismo de alto nivel, dando forma a un futuro en el que el lujo y la sostenibilidad no sean mutuamente excluyentes sino intrínsecamente entrelazados.

Este estudio de caso personifica el potencial transformador de unir la teoría con la práctica en el turismo sostenible de alto nivel. El viaje del estudiante subraya el papel fundamental del aprendizaje experiencial en la formación de profesionales del turismo conscientes. A medida que Tourism Bohinj continúa estableciendo el estándar para la hospitalidad de lujo, sirve como un faro de inspiración para destinos en todo el mundo, demostrando que la indulgencia y la sostenibilidad pueden coexistir armoniosamente en el ámbito del turismo de alto nivel.



*Imagen de benzoix en Freepik*

## **Estudio de caso 9: Sol, mar y sostenibilidad: fomento de la sinergia entre los marcos teóricos y los desafíos del mundo real**

Impulsado por una sed de conocimiento y crecimiento profesional, un estudiante de turismo de Burgas College se matriculó en el MOOC de SUHET sobre Turismo Sostenible de Alta Gama. Como parte de su educación y para adquirir experiencia práctica, la estudiante realizó una serie de pasantías en diversos entornos, incluidos hoteles, restaurantes y cafeterías. Este enfoque práctico facilitó la aplicación de los conocimientos recién adquiridos en escenarios del mundo real.

Durante el verano trabajaba en el restaurante familiar en Burgas, donde se encargaba de organizar diversos eventos, banquetes, fiestas de cumpleaños, aceptar pedidos y solicitudes. Estas experiencias le brindaron conocimientos valiosos sobre los aspectos operativos de la industria hotelera, incluido el servicio al cliente, la gestión de eventos y el control financiero. A través de estas responsabilidades, perfeccionó sus habilidades organizativas e interpersonales mientras adquiría experiencia práctica en la gestión de diversas necesidades de los clientes.

Con el objetivo a largo plazo de establecer su propia empresa o unirse al negocio familiar, la estudiante buscó con entusiasmo oportunidades para adquirir experiencia práctica. Surgió una oportunidad fortuita cuando la dirección de un prestigioso nuevo complejo hotelero junto al mar invitó a ella y a una amiga a tomar el mando de su bar de playa el próximo verano.

Después del Módulo 3: Turismo de alto nivel y los tres pilares de la sostenibilidad, el estudiante planea centrarse en la sostenibilidad ambiental. Esto significa ofrecer opciones reutilizables para los clientes (vasos, pajitas, etc.), utilizar electrodomésticos de bajo consumo y asociarse con proveedores que prioricen las prácticas sostenibles. Para reducir el desperdicio, se dará prioridad a los ingredientes frescos de proveedores locales. Para contribuir a la sostenibilidad social, el bar puede asociarse con artesanos locales y potencialmente incluso organizar eventos de limpieza de playas para retribuir a la comunidad. Respetar la cultura y las tradiciones locales será primordial para crear un ambiente acogedor para todos.

El estudiante también considera que la sostenibilidad económica es importante para el éxito a largo plazo del colegio. A los clientes se les ofrecerán precios justos y el bar se asociará con empresas locales.

Con base en lo que la estudiante aprendió en el Módulo 4: Perspectiva del cliente en el turismo sostenible de alto nivel, planea realizar periódicamente breves encuestas digitales sobre el terreno para comprender la satisfacción del cliente con las bebidas, el servicio, el ambiente y la relación calidad-precio. Luego, los datos se analizarán para identificar áreas de mejora.

Ella cree que la verdadera magia reside en crear un viaje memorable para los visitantes. Será esencial desarrollar un plan de servicio que represente toda su experiencia, desde el momento en que entran hasta el momento en que salen. Será primordial identificar puntos de contacto donde pueda mejorar su experiencia, ya sea a través de un servicio personalizado, ofertas únicas o un ambiente de lujo. Siguiendo los conocimientos del Módulo 6: Gestión operativa de la experiencia sostenible del cliente de alto nivel, el estudiante planea organizar veladas temáticas con cócteles especiales, música o decoraciones para atraer nuevos clientes y mantener el interés de los existentes. Estas veladas ofrecerán una experiencia seleccionada con un tema específico, ya sea una noche tropical con cócteles tiki y música isleña, una noche de jazz con cócteles clásicos y música en vivo, una noche de comedia o una degustación de vino/cerveza. Al centrarse en crear una experiencia única y memorable a través de noches temáticas, el bar se elevará más allá de la simple venta de bebidas. Se convertirá en un destino para quienes valoran las experiencias de lujo.

Finalmente, se implementará una estrategia de marketing bien definida, utilizando las redes sociales, asociaciones locales y publicidad en línea dirigida. Esto ayudará a llegar a la audiencia deseada y a comunicar de manera efectiva la propuesta de valor única del bar. Al implementar estas

estrategias, la estudiante confía en que podrá crear un establecimiento próspero que atenderá a los clientes de élite.



*Imagen de Nenad Maric en Pixabay*

## **Estudio de caso 10: Alinear el conocimiento académico con las realidades de la industria hotelera de lujo**

Un estudiante de la Facultad de Turismo de Burgas se matriculó en el SUHET MOOC y se embarcó en un emocionante viaje hacia el mundo del turismo sostenible de alto nivel. Su pasantía tuvo lugar en el restaurante de un emblemático hotel de 4 estrellas ubicado en el vibrante corazón del centro de la ciudad de Burgas.

Este hotel de negocios de 4 estrellas ofrece alojamiento cómodo y lujoso. Los huéspedes podrán disfrutar de unas vistas espectaculares del golfo de Burgas o del centro de la ciudad. El hotel está cerca de muchos restaurantes, tiendas, cafeterías, del Sea Garden y de la playa. Los huéspedes también pueden disfrutar de comodidades como una zona de spa, opciones gastronómicas, bares e incluso un casino.

Cenar en el restaurante del hotel es una experiencia en sí misma, ya que ofrece cocina búlgara y europea en un ambiente espacioso y acogedor. El enfoque en ingredientes frescos y un servicio amable garantiza una comida deliciosa y satisfactoria tanto para los huéspedes del hotel como para los residentes locales.

Sin embargo, los comentarios de los huéspedes han sido mixtos. Muchos elogiaron el hotel por su ubicación privilegiada, sus habitaciones impecablemente limpias y su desayuno buffet que ofrece una amplia variedad. Los huéspedes también apreciaron las instalaciones recientemente renovadas. En el lado negativo, algunos críticos

encontraron que el personal no estaba entusiasmado o carecía de fluidez en inglés. Algunas habitaciones, aunque cómodas, se consideraban pequeñas. El desayuno, aunque adorado por algunos, en ocasiones se informó que estaba agotado o carecía de frescura. Para complicar aún más la reputación del hotel, las fricciones internas entre el personal habían comenzado a afectar las interacciones con los huéspedes. Los miembros del personal recién contratados y los pasantes se sintieron marginados por el equipo establecido, y los métodos tradicionales chocaban con los enfoques innovadores. Esta falta de armonía era palpable y erosionaba la alguna vez celebrada calidez de la experiencia del hotel y el restaurante.

La dirección del hotel reconoció el problema y emprendió un enfoque multinivel. En primer lugar, se infundieron temas de sostenibilidad en algunos ejercicios tradicionales de formación de equipos. El personal participó en talleres sobre sistemas alimentarios locales, técnicas de reducción de desechos y prácticas de limpieza ecológicas.

A continuación, se juntó al personal experimentado con los recién llegados como mentores. Esto facilitó la transferencia de conocimientos y fomentó el respeto mutuo. El personal superior se benefició al aprender sobre las últimas tendencias en preparación de alimentos, prácticas de sostenibilidad e incluso marketing en redes sociales. Además, los pasantes, recién salidos de la universidad, tenían sólidas habilidades tecnológicas de las que el personal superior podía aprender, lo que ayudó a cerrar cualquier brecha en la adopción de tecnología dentro del restaurante. Los pasantes obtuvieron información valiosa sobre la historia del restaurante, la forma de trabajar y las expectativas de los huéspedes.

Los principios del turismo sostenible de alto nivel, detalladamente elaborados en el Módulo 1, ayudaron al estudiante a conectar la teoría con la práctica y a darse cuenta de la importancia de que un establecimiento de alto nivel se comprometa con prácticas sostenibles. Esto cambió en gran medida la perspectiva del estudiante con respecto a la sostenibilidad y la elaboración de estrategias a largo plazo para el beneficio multiperspectivo de todos los involucrados en la "cadena de sostenibilidad".

En línea con el Módulo 4: Conocimiento del cliente en turismo sostenible de alto nivel, el estudiante fue testigo de cómo el hotel revisaba periódicamente la forma en que crea "valor" para sus clientes. Esto implicó centrarse en las experiencias, la personalización y crear un impacto social y ambiental positivo. Basándose en sus conocimientos teóricos sobre el tema del Módulo 4, el enfoque en experiencias personalizadas y impactos sociales y ambientales positivos resonó bien con lo que ella vio como una buena práctica.

Otro aspecto destacable de la pasantía fue la oportunidad de aplicar sus conocimientos del Módulo 3: Turismo de Alta Gama y los Tres Pilares de la Sostenibilidad. Al tener conocimiento sobre los tres pilares de la sostenibilidad, el estudiante pudo analizar las prácticas actuales en el restaurante del hotel en aspectos ambientales, sociales y económicos e identificar áreas de mejora. Algunas ideas que se le ocurrieron al estudiante relacionadas con el contenido del módulo incluyeron implementar un programa integral de reciclaje y cambiar a productos de limpieza biodegradables. Socialmente, como posible mejora identificó la mejora de la capacitación del personal en servicio al cliente y prácticas de sostenibilidad para fomentar un ambiente de trabajo más inclusivo y solidario. Económicamente, el estudiante vio una oportunidad para adoptar tecnologías energéticamente eficientes para reducir los costos operativos y reinvertir los ahorros en proyectos comunitarios o asociaciones locales.

El hotel utilizaba principalmente redes sociales y herramientas de TI para aumentar la visibilidad y el compromiso. La pasante tuvo la oportunidad de sugerir varias estrategias extraídas de lo que había aprendido en el Módulo 5: Comercialización de productos y servicios de experiencias turísticas sostenibles de alto nivel. Una estrategia fue crear una campaña en las redes sociales "Estadías verdes", que resaltara las prácticas ecológicas del hotel, como el uso de ingredientes de origen local, la reducción de los desechos plásticos y la implementación de tecnologías de ahorro de energía. El pasante también propuso compartir publicaciones semanales con videos cortos y fotografías de estas prácticas en acción, junto con consejos para los huéspedes sobre cómo disfrutar de una estadía sustentable. Este enfoque no sólo mostraría el compromiso del hotel con la sostenibilidad, sino que también fomentaría la participación y el compromiso de los huéspedes en línea, pensó el estudiante.

Al aplicar los conocimientos adquiridos en el SUHET MOOC, el estudiante pudo contribuir a la creación de un hotel y un ambiente de trabajo más armonioso y sostenible, enriqueciendo las experiencias tanto de los huéspedes como del personal.

# Proyecto de asociación:

**LAPIN AMK**<sup>7</sup>  
Lapland University of Applied Sciences

[www.lapinamk.fi](http://www.lapinamk.fi)



University of Maribor

[www.um.si](http://www.um.si)



[www.erasmushogeschool.be](http://www.erasmushogeschool.be)

**UAB**  
Universitat Autònoma  
de Barcelona  
[www.uab.cat](http://www.uab.cat)

 **ECQ**  
European Center for Quality  
*from the idea to the result*  
[www.ecq-bg.com](http://www.ecq-bg.com)

*Publicación  
Junio, 2024*



Co-funded by  
the European Union



*Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta comunicación refleja únicamente las opiniones de sus autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.*

**“CREAR E IMPLEMENTAR EDUCACIÓN PARA EL  
TURISMO SOSTENIBLE DE ALTO NIVEL EN TODA  
EUROPA - SUHET”**

Número de proyecto: 2021-1-FI01-KA220-HED-000031996

**[www.suhet.eu](http://www.suhet.eu)**