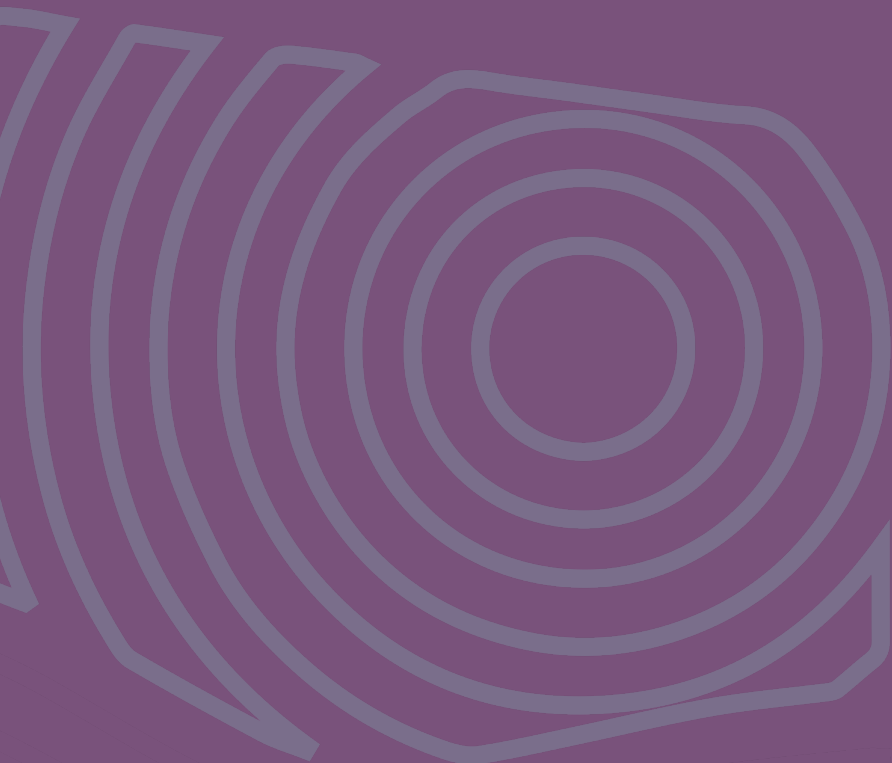


Informe de IO1

Parte 1: Introducción y metodología



Navigating
Tourism
Crisis Recovery



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

INTRODUCCIÓN

El informe final de esta parte del proyecto contiene seis elementos:

- Introducción y metodología
- Investigación en línea: Informes del sector
- Investigación en línea: Estudios de casos de buenas prácticas
- Revisión de la literatura
- Análisis de las entrevistas del sector
- Marco de competencias y conclusiones

Este documento constituye la primera parte: Introducción y Metodología. Para ver el conjunto completo de informes, visite <https://www.tourismrecovery.eu/resources/>.

OBJETIVO DEL PROYECTO

El objetivo general de TC-NAV es desarrollar un plan de estudios para IES, un paquete de educación y formación profesional, recursos educativos de acceso abierto y una innovadora aplicación de aprendizaje, todo ello para ayudar a las PYME turísticas a adquirir los conocimientos y las competencias de gestión necesarios para que su empresa atraviese la crisis y sea más resistente a ella. Para llevar a cabo este cambio, hay cuatro resultados declarados en TC-NAV:

- Análisis de las necesidades internacionales en materia de gestión de crisis turísticas para las PYME (Responsable: UHI): comprende un estudio internacional/análisis de las necesidades sobre las características de las crisis turísticas y las necesidades especiales derivadas de ellas para las PYME.
- Plan de estudios de crisis del turismo (MMS): se desarrollarán módulos de IES fácilmente adaptables y modulares que incluirán objetivos de aprendizaje, planificación de clases, guías de evaluación y acceso a una variedad de contenidos didácticos adicionales. Los módulos permiten a los profesores de las IES implementar este importante tema como nuevos cursos o en módulos dentro de los cursos existentes.
- Paquete de formación para PYMES y navegador de crisis para PYMES (TVW): proporcionaremos a las PYMES y a las organizaciones de apoyo un paquete de formación completo que les permita ampliar y profesionalizar sus servicios en relación con las crisis del turismo.
- Crisis Navigator App (EUEI): los materiales de los otros tres paquetes de trabajo se convertirán en una aplicación de aprendizaje autodirigido totalmente operativa y en una plataforma digital de intercambio de conocimientos.

El primer resultado fue sentar las bases para la colaboración y obtener una mejor comprensión de los riesgos en el panorama turístico, el impacto o los posibles impactos de la crisis en las PYME y las regiones europeas. Informarnos de las posibles carencias y ofrecernos recomendaciones sobre cómo las PYME turísticas y las redes y apoyos turísticos regionales pueden prepararse mejor, responder y mejorar su capacidad de recuperación. Los resultados de la investigación asociada a este resultado activarán la capacidad futura del proyecto, su colaboración y el desarrollo de los módulos de formación. El estudio buscaba esencialmente tres objetivos centrales:

OBJETIVO 1 - Cubrir las carencias de la investigación: aunque las crisis empresariales en general ya han sido ampliamente investigadas, todavía existen importantes brechas en lo que respecta a las necesidades específicas de las PYME turísticas que se enfrentan a una crisis virulenta, y a las competencias necesarias y las mejores prácticas para evaluar esas importantes áreas. Dado que las PYME del sector turístico tienen características específicas y son especialmente vulnerables a las crisis, es necesario considerar enfoques específicos desde esta perspectiva.

OBJETIVO 2 - Sensibilizar sobre la importancia de las competencias de gestión de crisis y liderazgo adaptativo en las PYME del sector turístico: Mediante la publicación y difusión de los resultados de la investigación, tanto en la comunidad científica, como entre nuestros grupos objetivo (especialmente IES, formadores de EFP, consultores,

propietarios/gestores de PYMES y futuros empresarios), creamos una concienciación sostenible sobre la importancia del tema y utilizamos el estudio como primer hito de nuestra estrategia de difusión.

OBJETIVO 3- Esbozo de la estructura de los resultados posteriores: Un resultado central será un marco de las características específicas de las PYME turísticas, los retos a los que se enfrentan durante una crisis virulenta, las necesidades que surgen de ellas y las mejores prácticas para evaluarlas. Este marco constituye la estructura tanto de los planes de estudio como de los recursos de aprendizaje del segundo resultado, así como del paquete de formación de EFP y de los REA SME Crisis Navigator basados en él. Nuestro enfoque se basa en las sólidas bases proporcionadas por la investigación aplicada de UHI, nuestro socio principal y de la educación superior, y las sólidas redes, especialmente en el sector de la educación superior de FUNIBER, y aporta las perspectivas de diversos grupos objetivo representados por nuestros socios.

Este documento sintetiza la investigación realizada para alcanzar el objetivo 1 y sirve de base para los objetivos 2 y 3.

METODOLOGÍA

La metodología consistió en un proceso de tres partes: investigación en línea, investigación académica y entrevistas en profundidad a PYMES turísticas o expertos en crisis.

1. Investigación en línea

Cada socio llevó a cabo una investigación de escritorio en su propio país de:

- Informes del sector o documentos políticos sobre el impacto o los posibles impactos de las crisis (con especial énfasis en la pandemia) en las PYME turísticas europeas
- Estudios de casos y ejemplos de buenas prácticas sobre cómo las PYMES turísticas navegan eficazmente a través de la crisis
- Informes/blogs, etc., sobre los problemas específicos a los que se enfrentan las PYME turísticas en las crisis
- Identificación de las capacidades de gestión de crisis o de liderazgo necesarias para ayudar a las PYME a salir de la crisis

UHI y FUNIBER ampliaron su investigación documental para incluir documentos políticos y buenas prácticas de todo el mundo.

2. Investigación académica

FUNIBER, HAK y UHI realizaron una revisión de la literatura académica relacionada con:

- El impacto o los posibles impactos de la crisis en las PYME europeas
- Estudios de casos y ejemplos de buenas prácticas sobre cómo las PYMES turísticas navegan eficazmente a través de la crisis
- Los problemas específicos a los que se enfrentan las PYME turísticas en las crisis
- Habilidades de gestión de crisis o de liderazgo

3. Entrevistas en profundidad

Cada socio realizó un mínimo de cinco entrevistas en profundidad con PYMES turísticas, expertos en crisis, organismos de la industria turística u otras partes interesadas apropiadas. Las entrevistas se transcribieron y se tradujeron al inglés según fuera necesario. A continuación, se combinaron y analizaron los resultados para seleccionar los temas clave en función de las preguntas formuladas, junto con citas escogidas que añadieran profundidad a los debates e iluminaran las voces de los participantes. Todas las respuestas fueron anónimas.