

CreaturiSme

Webinars frente al COVID19

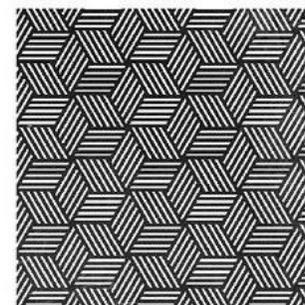
Mejoras en empresas y destinos durante la crisis

MARTES, 7 DE ABRIL
10H

Seminarios on line gratuitos para empresas turísticas



GENERALITAT
VALENCIANA



castro
consulting

marketing & strategy



1. Crisis
2. Herramientas para paliar la crisis
 1. Liderazgo
 2. Planificación
 3. Ejecución estratégica
 4. Generosidad



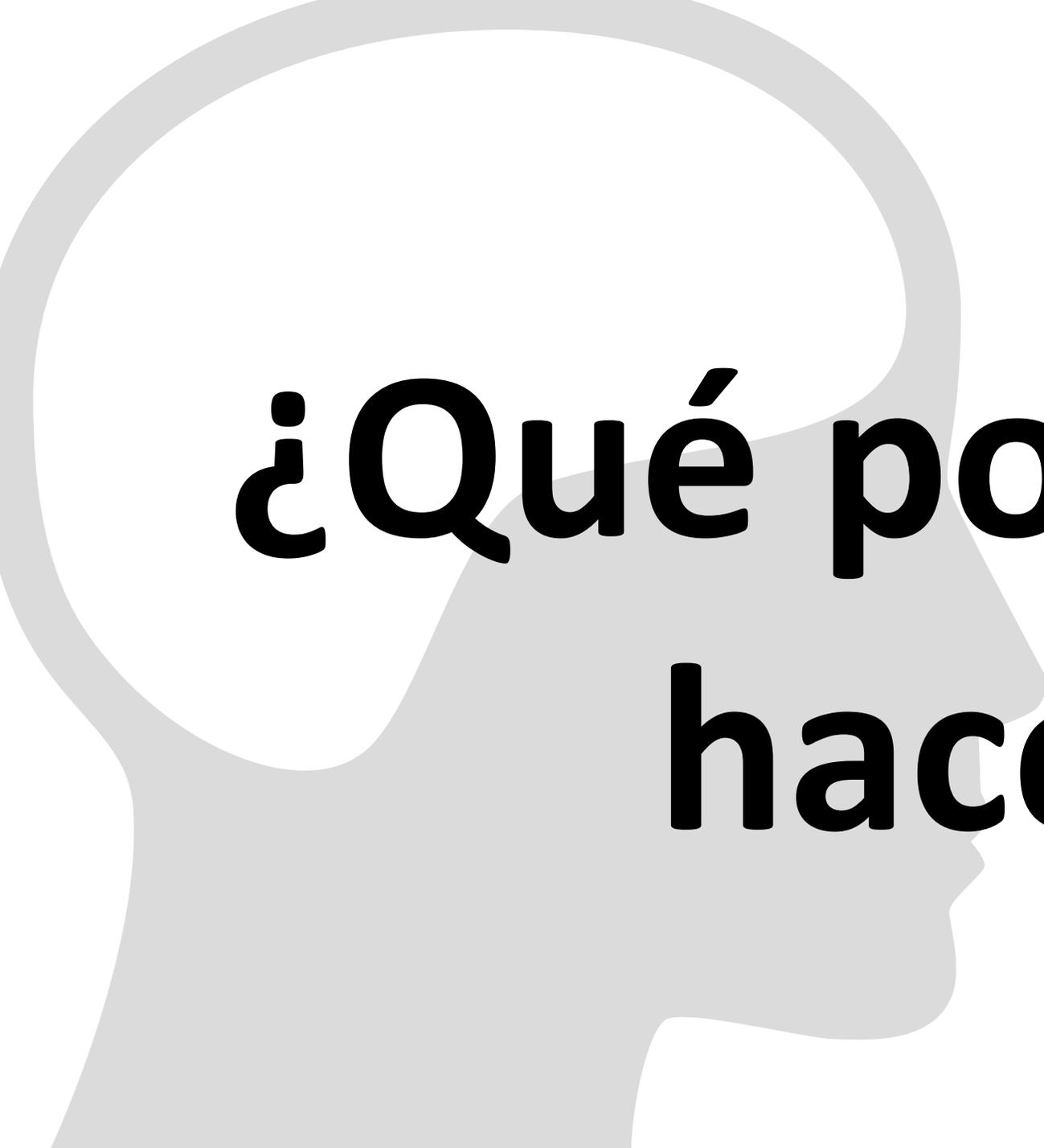
**¿Qué es una
crisis?**



Crisis

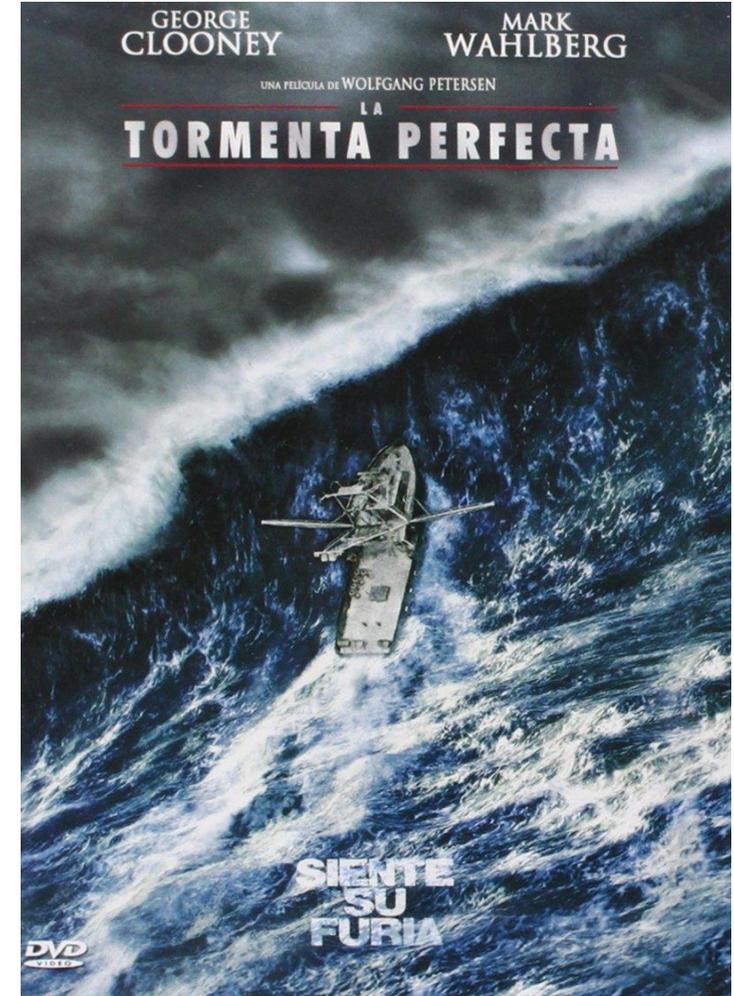
“Son eventos de baja probabilidad y alto impacto que amenazan los objetivos fundamentales de una organización de no hacer nada al respecto”

- **Nos coge desprevenidos**
- **No tenemos experiencia en ello**
- **Aprendemos mientras la sufrimos**
- **Tiene un gran impacto**
- **Están comprimidas en el tiempo**



**¿Qué podemos
hacer?**

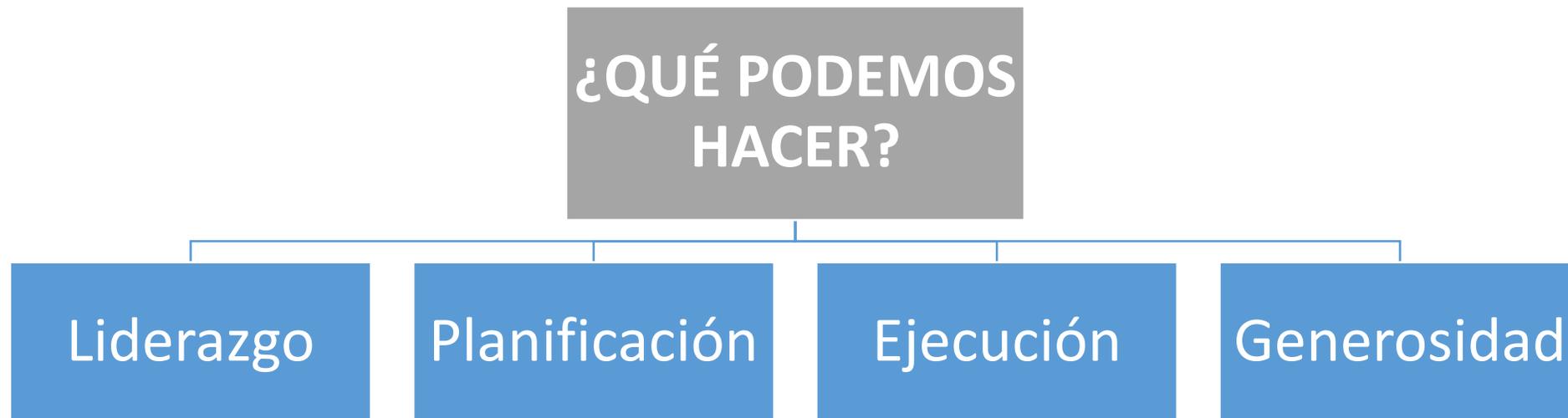






Sobrevivir

En un contexto tan agresivo como el plantado por el Covid-19, debemos **tomar el control de la situación**. Para ello, os propongo apoyaros en 4 áreas.



Liderazgo





*“El éxito no es definitivo,
el fracaso no es fatal,
lo que cuenta es el valor para
continuar”*

Sir Winston Churchill

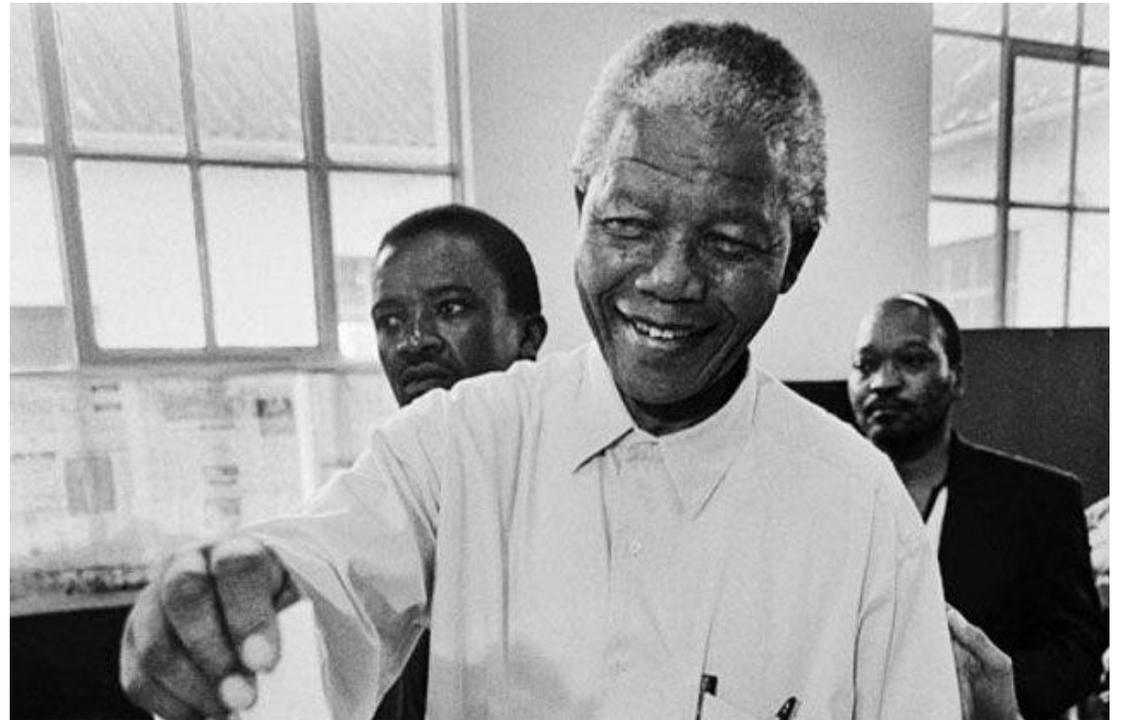
Liderazgo

Contar con un liderazgo fuerte y seguro es clave para la supervivencia. Debemos ser los guías de nuestra empresa o nuestra actividad, evitando entrar en pánico.

Claves

- Sintonizar con la realidad
- Adaptarnos (nosotros y nuestro equipo)
- Empatizar con equipo y clientes
- Positividad. Huir de los mensajes negativos
- Buscar las oportunidades y centrarnos en ellas

Atributos del liderazgo



VISIÓN ESTRATÉGICA

VISIÓN OPERATIVA

CAPACIDAD DE EJECUCIÓN

VALENTÍA: ASUNCIÓN DE RIESGOS

RESILENCIA

Creaturismo

PACIENCIA

EMPATÍA Y ASERTIVIDAD

CAPACIDAD DE NEGOCIACIÓN

Planificación



Definición

*“La planificación estratégica es un **proceso sistemático de desarrollo e implementación de planes y estrategias para alcanzar propósitos u objetivos**”*

Mi definición

“Proceso reflexivo que raramente hacemos debido al frenético ritmo del día a día, sin el cual sobrevivimos con intuición, milagros y una gran capacidad de improvisación.”

Seamos sinceros/as....

¿Somos reactivos o proactivos?

Seamos sinceros/as....

¿Somos reactivos o proactivos?

Seamos sinceros/as....

*¿Somos reactivos o **proactivos**?*



COVID-19

Planificación

Debemos planificar de forma rápida el **corto plazo** de nuestra organización, aprovechando también para abordar el **medio plazo**. La planificación nos permitirá pensar antes de actuar. Utilizar la ejecución estratégica, no la parálisis por análisis.

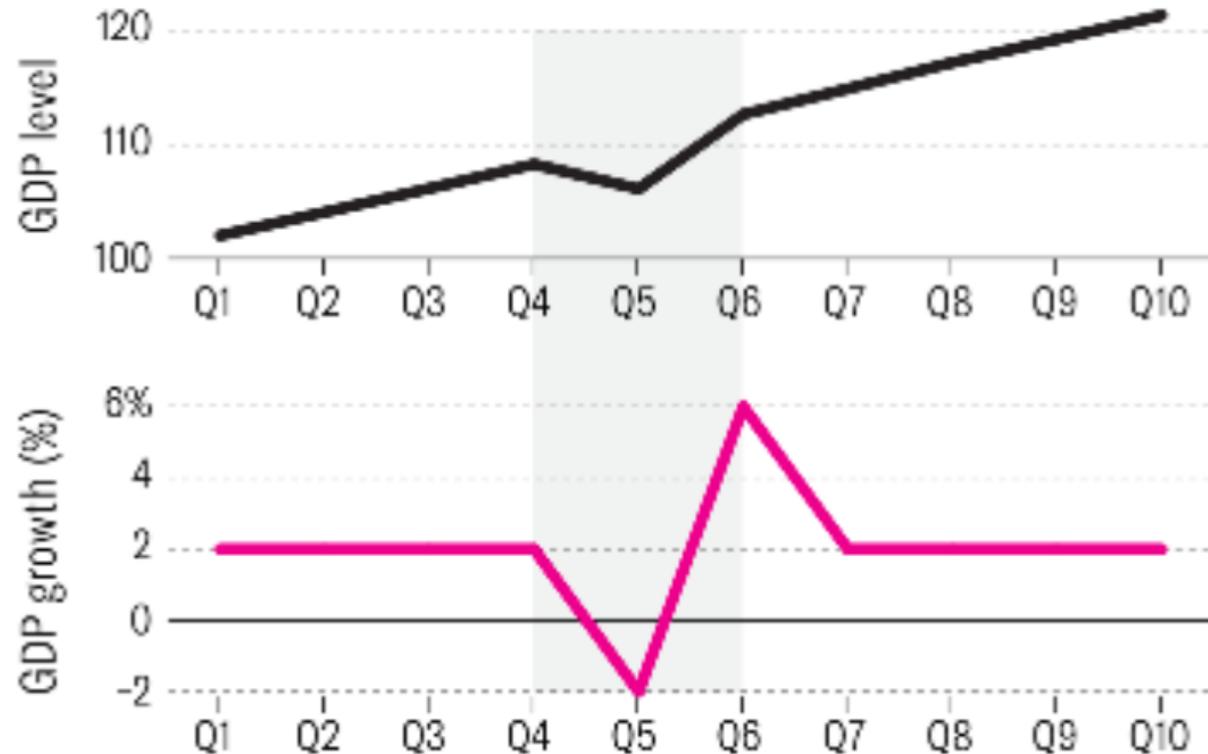
Planificar en base a 3 escenarios:

- Escenario pesimista
- Escenario medio
- Escenario optimista



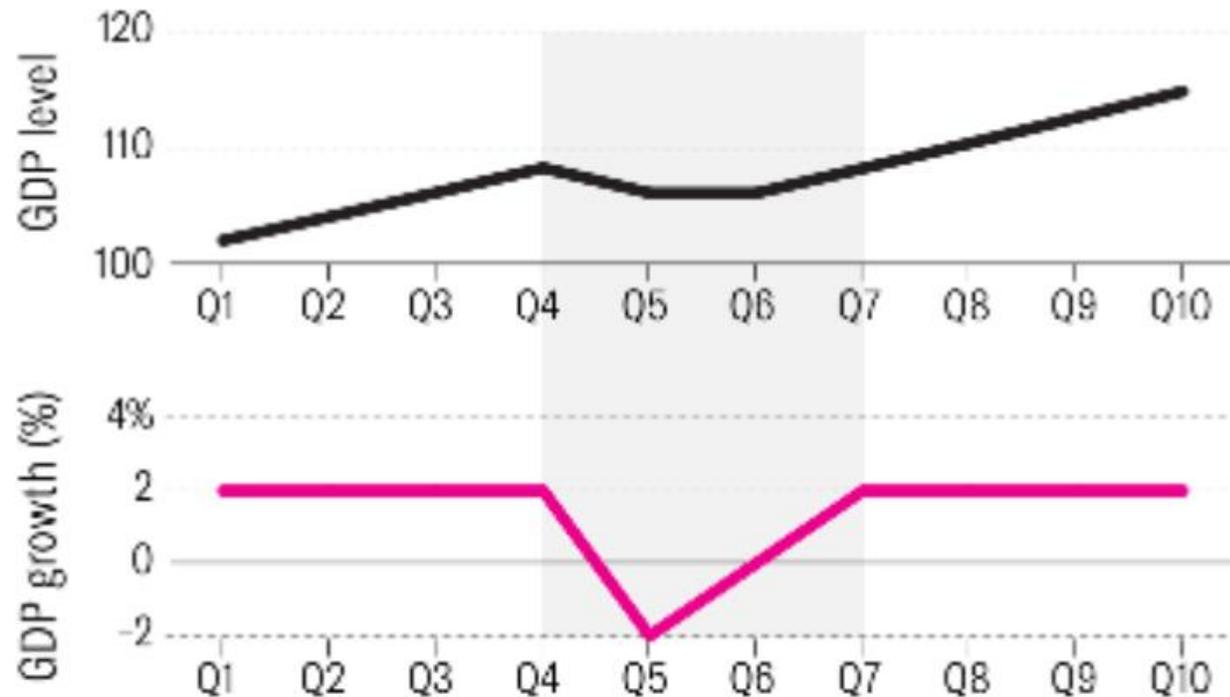
Contexto de nuestra planificación

“V” scenario (likely)



Parón brusco de la economía pero la vuelta a la normalidad también es rápida. Es el escenario de recuperación más dinámico. La mayoría de expertos no lo ven factible dado que apuntan a un 'shock' económico más grave de lo esperado.

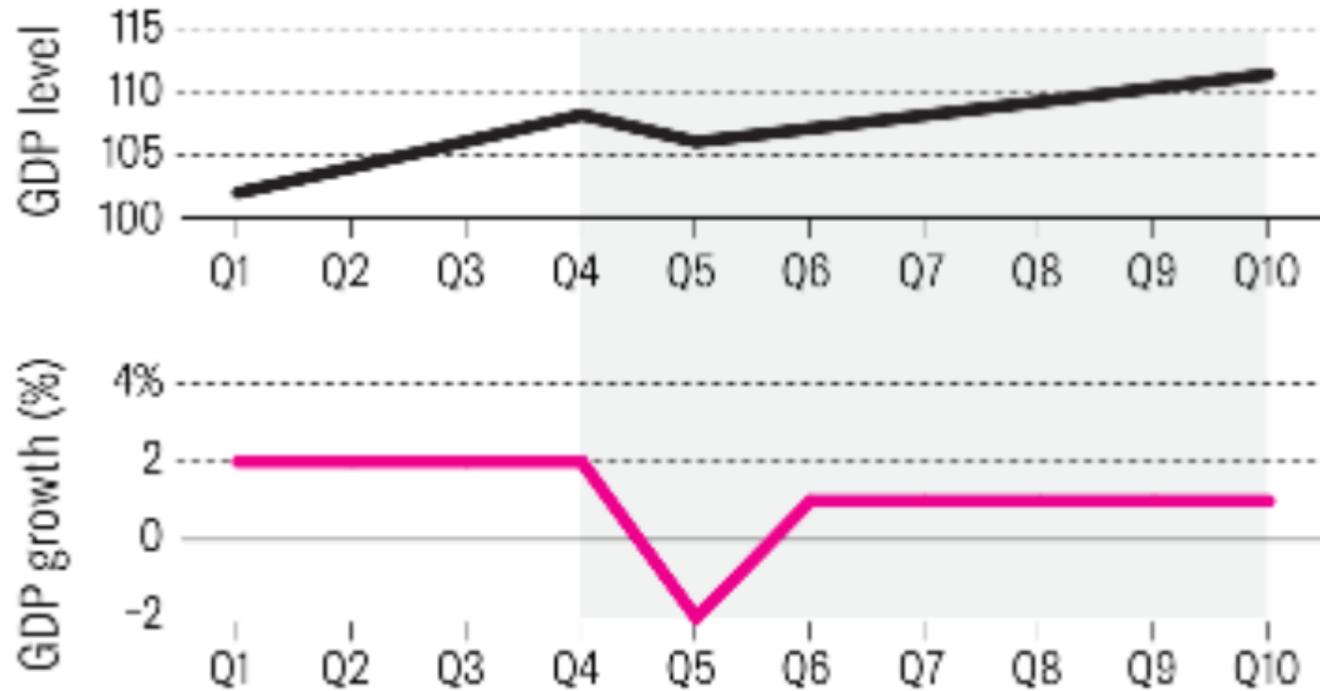
“U” scenario (plausible)



A diferencia de la V, los indicadores económicos tardan más tiempo en llegar a los niveles a los que se encontraban antes de la recesión. La mayoría de expertos se inclinan por esta opción.

La respuesta coordinada de los Bancos Centrales y una reacción fiscal agresiva por parte de los estados **ayudaría a recuperar el crecimiento** en el cuarto trimestre de 2020.

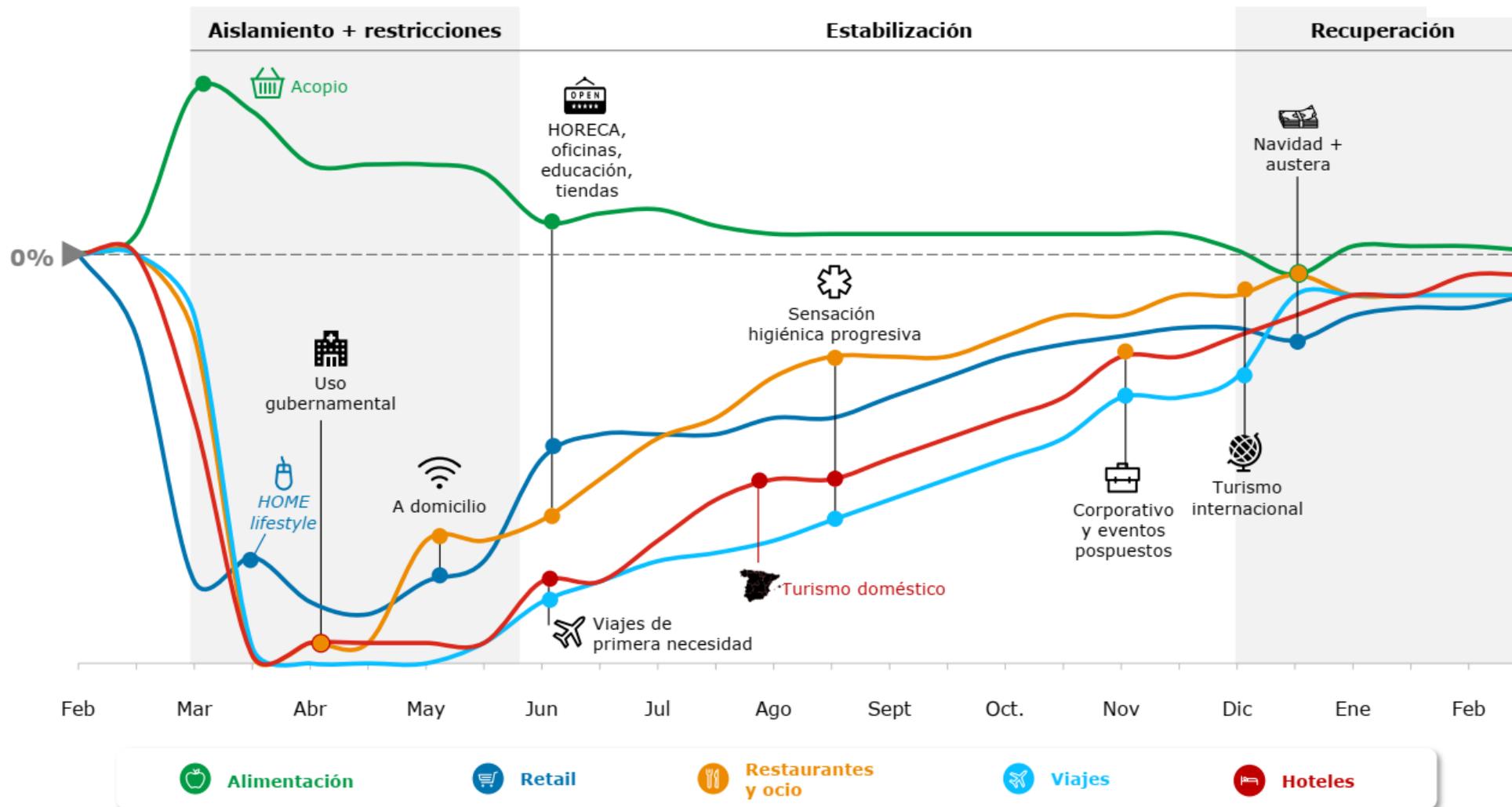
“L” scenario (unlikely)



La L implica una **recesión** de la economía y su posterior **recuperación**. Se trata de una recesión que se produce de forma pronunciada y cuya **recuperación** será más lenta.

Racional de recuperación por sectores

Análisis sectorial (%Var. sobre Año Anterior)



Análisis de Sojern basado en las búsquedas y reservas de vuelos de aquí hasta enero de 2021

Fase 1

- **Viajes domésticos**
- A partir de enero 2021 hay búsquedas internacionales

Fase 2

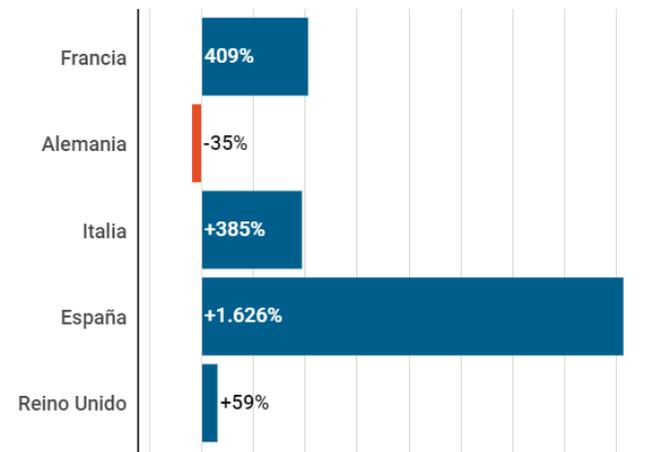
- **Viajes por Europa**
- Octubre: viajes de británicos a España

Fase 3

- Viajes de largo radio pueden tardar hasta 10 meses

 **+1.626%**

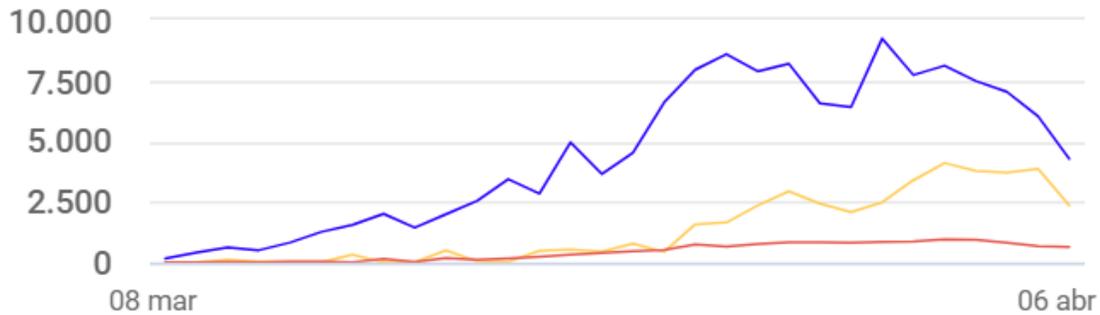
Aumento de búsquedas de vuelos registrado en el Reino Unido en las dos últimas semanas para viajar a España en enero del año que viene. Variaciones interanuales por destino en porcentaje



Fuente: Sojern

Algunas noticias hasta son buenas!

Evolución diaria en España ● Contagios ● Altas ● Fallecimientos



MERCADOS

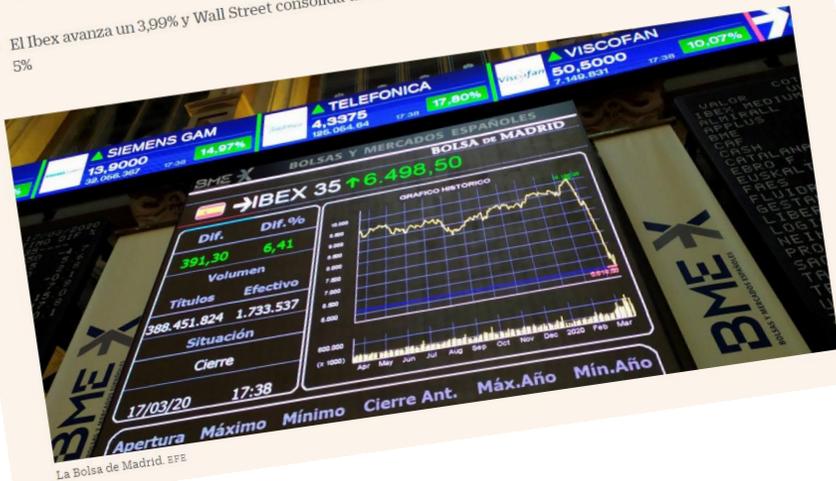
El BCE lanzó un salvavidas de 51.000 millones al mercado de bonos en marzo

Euforia en la Bolsa ante el menor ritmo de contagios en Europa

5D

CINCO DÍAS

- El Ibx avanza un 3,99% y Wall Street consolida una subida cercana al 5%



El BCE estrena su nuevo bazuca contra el Covid con un récord de compras: 34.000 M

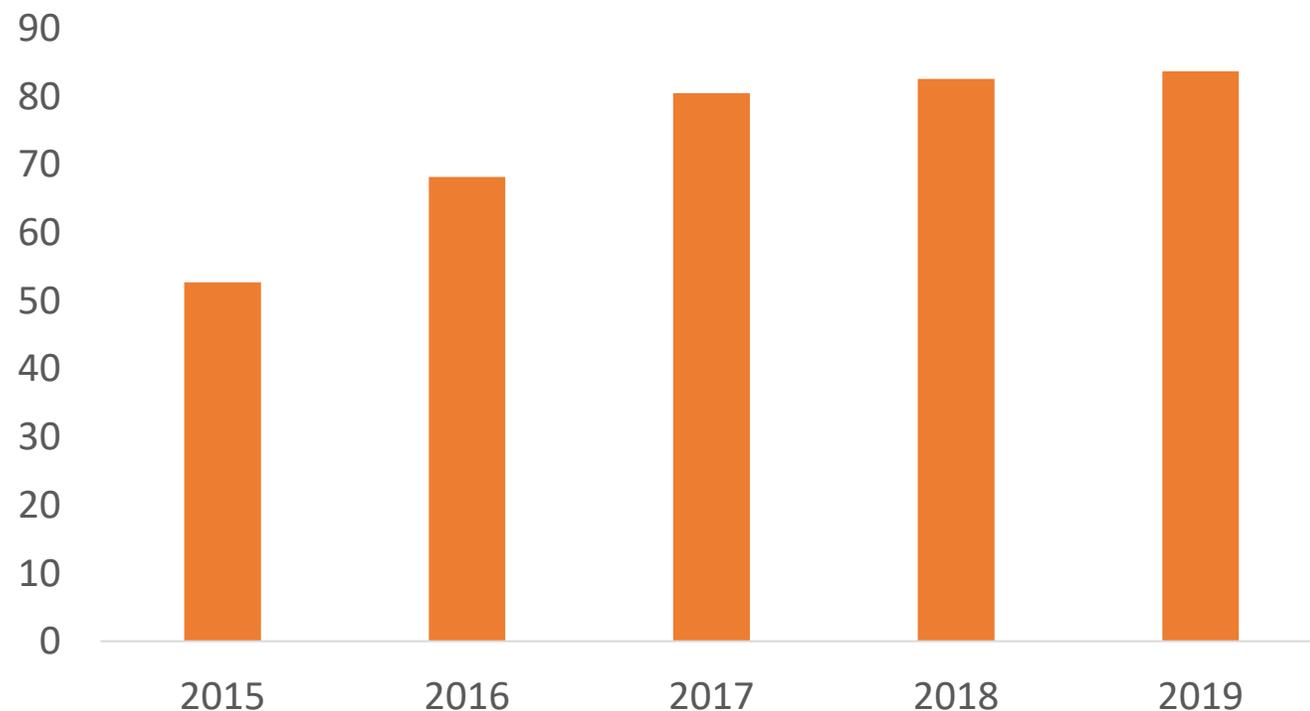
ÓSCAR GIMÉNEZ | 17:04



¿De dónde veníamos?

¿De dónde veníamos?

Turistas internacionales España



31 M de turistas en
tan sólo 4 años

México registró 41 M y UK 36 M

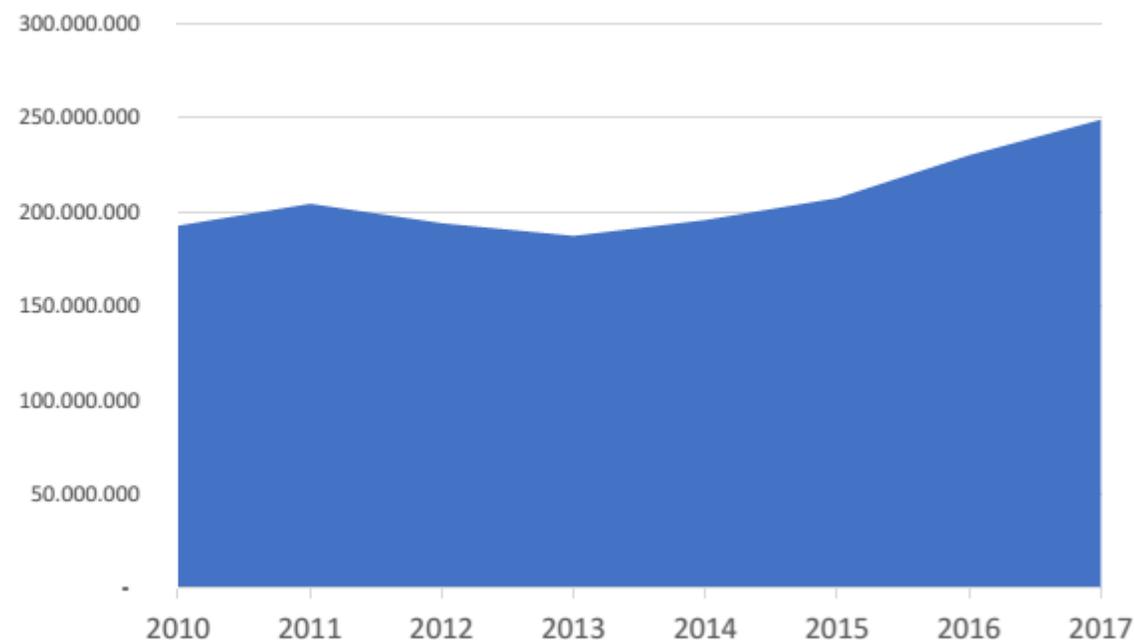
¿De dónde veníamos?

30%

de crecimiento en el tráfico de pasajeros en los aeropuertos españoles

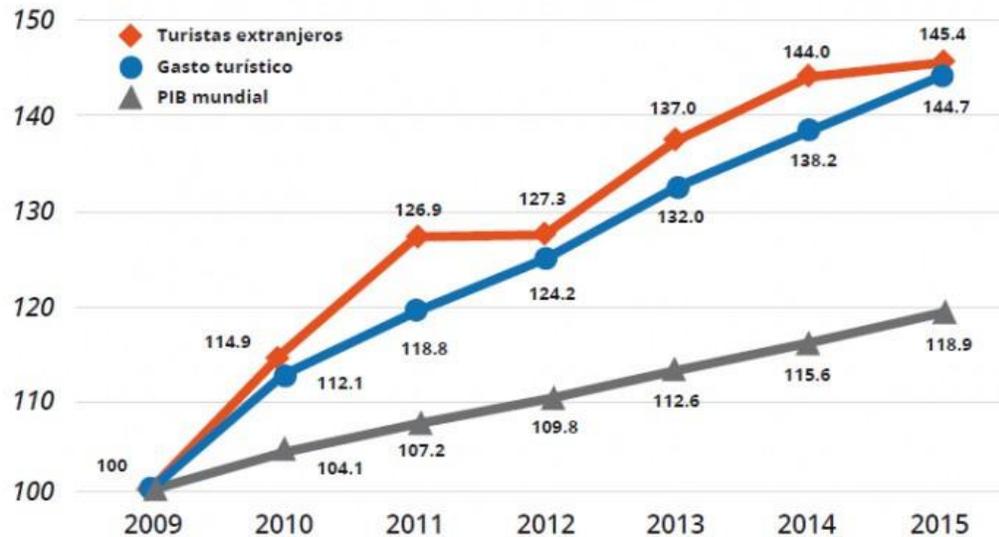
Los aeropuertos están al 74,3 % de su capacidad

TRÁFICO PASAJEROS AENA



¿De dónde veníamos?

Crecimiento del PIB mundial versus aumento en la llegada de turistas y gasto en los 132 principales destinos urbanos del mundo



Fuente: índice 2015 Global Destination Cities Index de MasterCard, con datos del FMI.

Global Destination Cities Index de Mastercard

Auge del turismo urbano

Low cost

+

Short Breaks

= aumento turismo urbano

¿De dónde veníamos?

OVERTOURISM

“Crecimiento excesivo de visitantes que hace que un lugar se masifique y los residentes sufran sus consecuencias y cambios permanentes en sus estilos de vida, su bienestar social y su acceso a servicios y bienes comunes”

¿De dónde veníamos?

Debemos planificar no sólo para crecer,
sino para que la jugada salga rentable.

O en algunos casos, decrecer.





OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



¿De dónde veníamos?

☰ The next outbreak? We're not ready | Bill Gates

**WE ARE NOT
READY FOR THE
NEXT EPIDEMIC**



-\$3T

No estamos preparados para la próxima epidemia.

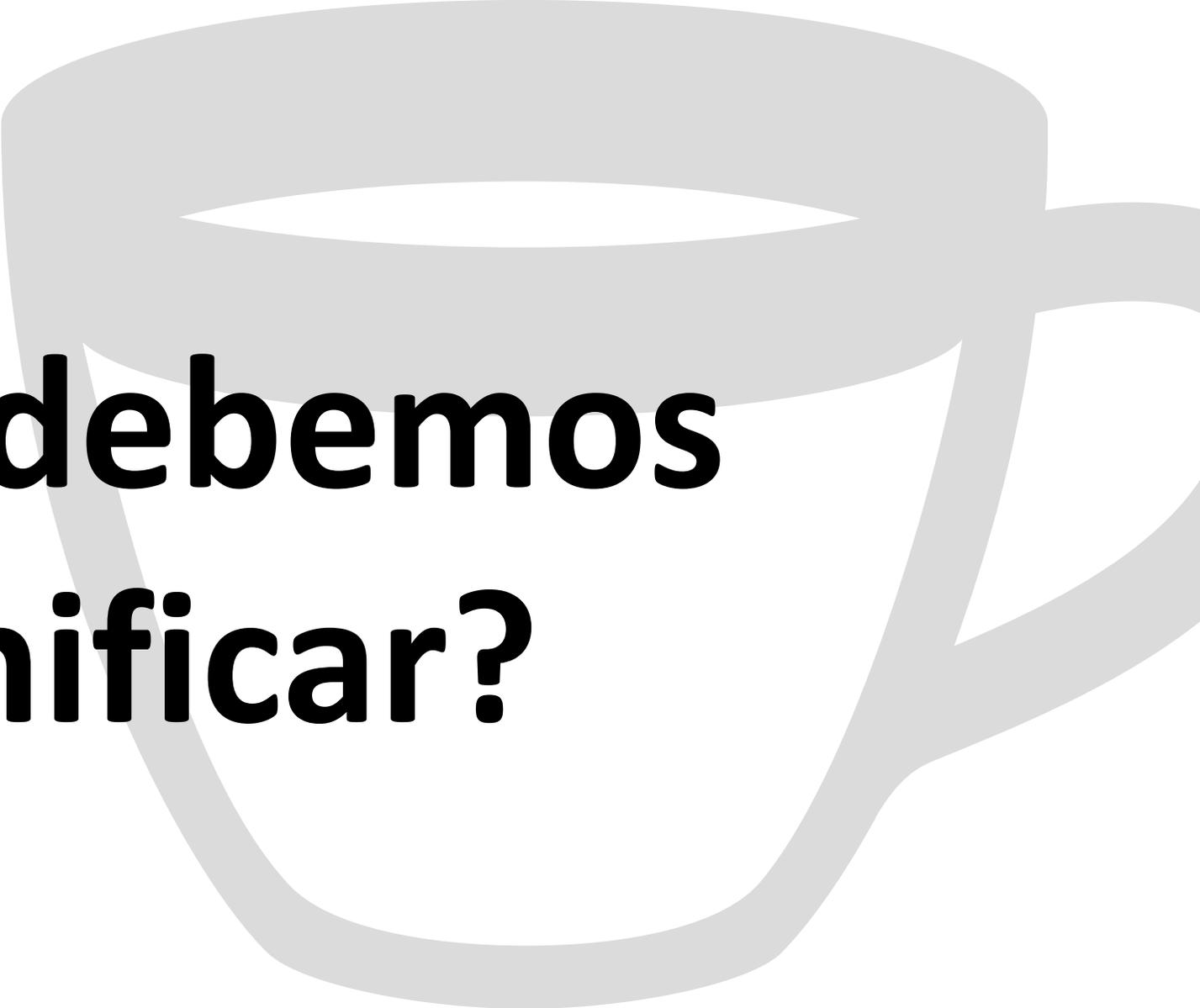
Pausa (k)

1:18 / 8:36

TED



**Tenemos la
oportunidad y
obligación de hacer
otro desarrollo
turístico.
Aprovechémoslo.**



**¿Qué debemos
planificar?**

¿Qué debemos planificar?

- Planificación económico-financiera
- Planificación Laboral y de RR.HH
- Planificación de productos y servicios
- Planificación de mi marketing

¿Cómo podemos planificar?

- **Planificación económico-financiera**
 - Planificación Laboral y de RR.HH
 - Planificación de productos y servicios
 - Planificación de mi marketing
- Ver nuestro webinar de “Financiación y Fiscalidad en tiempos de crisis”
 - Contar con un buen asesoramiento
 - Recortar costes innecesarios
 - Reajusta tu Plan de Acción
 - Estrategia de financiación a medio plazo (2-3 años)

¿Cómo podemos planificar?

- Planificación económico-financiera
 - **Planificación Laboral y de RR.HH**
 - Planificación de productos y servicios
 - Planificación de mi marketing
- Ver nuestro webinar de “ Aspectos laborales ligados al COVID-19”
 - Valorar mucho la realización de un ERTE
 - Vuestro equipo es vuestro principal activo
 - Liderar a nuestro personal
 - Dirigir a nuestro personal: formación, creación de productos y servicios, etc...

¿Cómo podemos planificar?

- Planificación económico-financiera
- Planificación Laboral y de RR.HH
- **Planificación de productos y servicios**
- Planificación de mi marketing

Aprovechad para reorganizar vuestros productos y servicios.

- ¿Qué es lo que vendo?
- Productos coyunturales (Ej: Fed Campings)
- ¿Puedo ampliar/reducir mi cartera de productos?
- ¿Qué productos/servicios son o no rentables?
- ¿Soy diferente a los demás?
- ¿Conozco a mi competencia?
- ¿Cuál es mi propuesta de valor?
- ¿Cuál es mi Misión y Visión?

¿Cómo podemos planificar?

- Planificación económico-financiera
- Planificación Laboral y de RR.HH
- Planificación de productos y servicios
- **Planificación de mi marketing**

La implementación del marketing, comunicación y comercialización es el final del proceso de planificación.

Reflexión necesaria:

- ¿A quién le vendo?
- ¿Qué le vendo a cada segmento?
- ¿Dónde están mis clientes?
- ¿Cómo llego a ellos?

¿Cómo podemos planificar?

- Planificación económico-financiera
 - Planificación Laboral y de RR.HH
 - Planificación de productos y servicios
 - **Planificación de mi marketing**
- Asigna un presupuesto
 - Vete a por el mercado nacional
 - Diseña una campaña de publicidad
 - Empatiza y da facilidades
 - El off-line no ha muerto
 - Marketing on-line

¿Cómo podemos planificar?

- Planificación económico-financiera
- Planificación Laboral y de RR.HH
- Planificación de productos y servicios
- **Planificación de mi marketing**

Tips para el Marketing on-line

- Audita tu web
- Analítica web, una constante en tu vida
- Define la conversión de tu web
- Contenido, contenido y contenido
- Inbound Marketing: no separes las herramientas.
SEO+SEM+Contenido+RR.SS+EmailMarketing
- Asigna un pequeño presupuesto para SEM y Ads
- Fija indicadores, pocos pero sígelos
- Adecúa tu mensaje y productos
- Si estabas haciendo una estrategia de MKT on-line, no la pares por el Covid-19

Ejecución estratégica



FORTUNE

“Menos del 10% de las estrategias formuladas de forma correcta, son ejecutadas con éxito”.

Ram Charan y Geoffrey Colvin. Año 1999

Ejecución Estratégica:

“El arte de que las cosas sucedan”

MIS CLAVES PARA UNA BUENA EJECUCIÓN ESTRATÉGICA

Creaturismo

- **Visión y fijación:** se debe **visionar el qué y el cómo** conseguir unos objetivos. Luego se debe fijar, calendarizar y asignar.
- **Simplificación:** en la mayoría de los casos **no necesitamos un Plan ambicioso y amplio**. Se trata de identificar problemas, proponer soluciones e ir a por ellas.
- **Priorización:** no por tener más acciones la planificación será mejor. Es preferible **conseguir poner en marcha 4-5 acciones**, que morir en el intento de llevar a cabo mucha más.

MIS CLAVES PARA UNA BUENA EJECUCIÓN ESTRATÉGICA

Creaturismo

- **Implicación:** es necesario comunicar el plan a todo el equipo. Se debe generar un compromiso del grupo con el plan y con su ejecución, asignando tareas y reconociendo los resultados conseguidos a cada persona.
- **Asignación de tareas:** se deberá asignar cada una de las acciones a cada uno de los departamentos o personas que integran nuestro equipo, haciéndoles responsables de su ejecución, coordinados por la dirección.
- **Gestión por objetivos:** la clave de toda ejecución. Una vez asignadas las tareas, se deberá poner una fecha límite para ese objetivo. Solo así, teniendo un *dead line*, nos aseguraremos de que el objetivo será cumplido.

MIS CLAVES PARA UNA BUENA EJECUCIÓN ESTRATÉGICA

Creaturismo

- **Revisión de lo planificado:** Una vez cumplido el periodo de ejecución, deberemos revisar el plan para ver si los objetivos de ejecución han sido cumplidos. De no ser así, debemos analizar las causas y ponerlos de nuevo en marcha.
- **Responsabilidad y trabajo duro:** es una obviedad pero el éxito no tiene otra clave que la responsabilidad de cada uno de nosotros. Esto se consigue siendo un líder, no un jefe. Sólo el compromiso de todos los componentes de nuestra empresa nos llevará a alcanzar los objetivos.

Generosidad 

**Todos/as vamos a perder algo en
esta crisis**

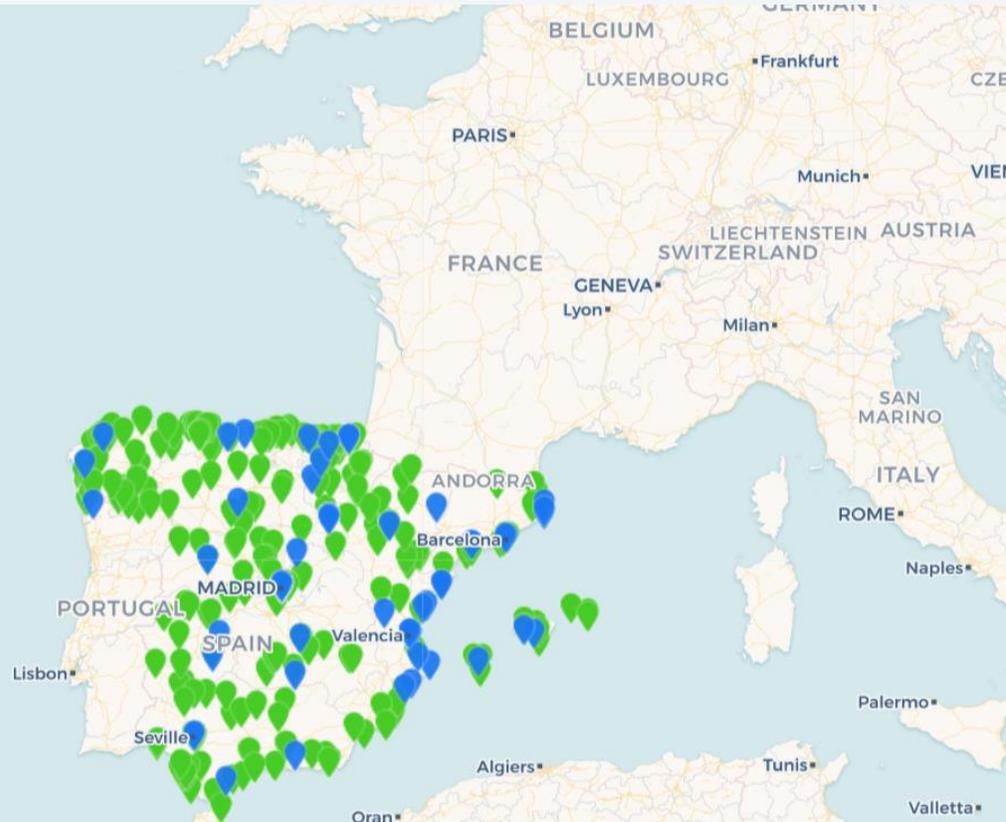
**Por eso todos debemos
colaborar, ceder y ser generosos**

Hoteles en Acción

- ADHERIDOS

Servicios Mínimos BOE

- ABIERTOS



Hoteles abiertos

ALL SELECTED

HOTEL DEL MAR	2
HOSTAL SOTO PALACIO	1
HOTEL CUATRO POSTES	1
HOTEL MOYA	1
LOS CANTAROS	1
OTHER	342

SEARCH IN 362 CATEGORIES

Hoteles en Acción

ALL SELECTED

SUN CLUB EL DORADO	199
HOTEL AMIC HORIZONTE	199



Fotografía: Eduardo Ripoll

Con la Colaboración de:

Bufete Civera
Abogados
C/ Hernán Cortés 3-2º-3º
46004 Valencia, España
Telf. 963954623
acivera@bcabogados.com

**SHOW
BRANDING**

nunsys
Tu socio tecnológico

#porvosotroscv

#ambvosaltrescv

#porvosotros

Quiénes somos

Plataforma sin ánimo de lucro creada a través de la iniciativa de particulares y empresas gestoras de viviendas de uso turístico de la Comunidad Valenciana que pretende sumarse y complementar el ofrecimiento de alojamientos en hoteles y bloques de apartamentos turísticos que propone la Generalitat Valenciana. **Queremos contribuir cediendo nuestras viviendas**, habitualmente dedicadas al alquiler turístico, para ayudar a cubrir las necesidades de disponer de un alojamiento digno en condiciones de inmediata utilización por parte del personal sanitario, fuerzas y cuerpos de seguridad del estado, personal de emergencias, etc. ante el estado de alarma decretado el pasado 14 de marzo por #Covid-19.

porvosotros.org/ambvosaltres.org está conformada por varias Asociaciones de Viviendas de uso Turístico de la Comunidad Valenciana impulsada por APTUR CV, VIUTUR Valencia, AEA y ABATUR Alicante.



Madrid, 6 de abril, 2020

Nace Turismo Solidario 2020

Los principales agentes y representantes del Sector Turístico madrileño están uniendo sus fuerzas para colaborar en dar respuesta a las necesidades derivadas de la crisis sanitaria. Esta colaboración se canaliza mediante el apoyo a asociaciones sin ánimo de lucro que ya están trabajando sobre el terreno, las cuales trasladan las necesidades a atender.

Madrid, 6 de abril de 2020 La crisis sanitaria está dando como resultado una situación de mayor necesidad entre los estratos más débiles de nuestra sociedad, lo que, a medida que se alarga el Estado de Alarma, se puede convertir en situaciones muy difíciles para muchas personas. Es por esta razón que los representantes del sector turístico se están uniendo para poder dar solución a peticiones y necesidades concretas de estas personas.

Es bien sabido que está en el ADN de todo trabajador del sector turístico la vocación de cuidar de los demás por ello se ha habilitado una página en Facebook con teléfonos y un email donde se pueden hacer llegar peticiones y ofrecimientos. En esta página se irán publicando a medida que surjan las necesidades que hoy por hoy son principalmente de alimentación y de cuidado básico, como pañales para bebés.

Esta iniciativa del sector turístico madrileño también quiere hacer un llamamiento a unirse a esta red a cualquier ciudadano que quiera colaborar, ya que incluso en la situación actual, a veces con tan sólo un teléfono y un ordenador es posible conseguir realizar cosas que ayuden a los demás.

- Alianza Mindful Travel Destinations
- Antiguos Alumnos de Hostelería y Turismo de España
- Área de Turismo del Ayuntamiento de Madrid
- Asociación de Barmans Comunidad de Madrid
- Asociación de Cocineros y Reposteros de Madrid
- Asociación Empresarial Madrileña de Agencias de Viajes
- Asociación Española de Conserjes de Hotel “Las Llaves de Oro Españolas”
- Asociación Española de Directores de Hotel
- Asociación Española de Gobernantas de Hotel y Otras Entidades
- Asociación Española de Profesionales del Turismo
- Asociación de Maitres y Camareros de España
- Asociación Madrileña de Empresas de Restauración
- Asociación Madrileña de Sumilleres
- Asociación Profesional de Guías de Turismo
- Centro Español de Turismo Responsable
- Federación Empresarial de Asociaciones Territoriales de Agencias de Viajes Españolas
- Food Truck España
- Gastronomía Solidaria
- Hostelería de España
- Hostelería Madrid
- Hostelería y Restauración
- Hosteltur
- Loving Tourism
- Remar ONG
- RevenueKnowmads
- Turijobs
- Unión Empresarial por la Promoción Turística de Madrid

#LovingTourism

#LovingTourism es una iniciativa que tiene por objetivo apoyar a nuestra principal industria y generador de empleo: el Turismo. El turismo español está pasando por uno de sus momentos más duros, siendo la industria más afectada por la crisis generada por el Covid-19.

#LovingTourism quiere reconocer la gran aportación de este sector a la economía y sociedad española, mostrando nuestro apoyo y amor por este sector.

[QUIERO COLABORAR](#)

