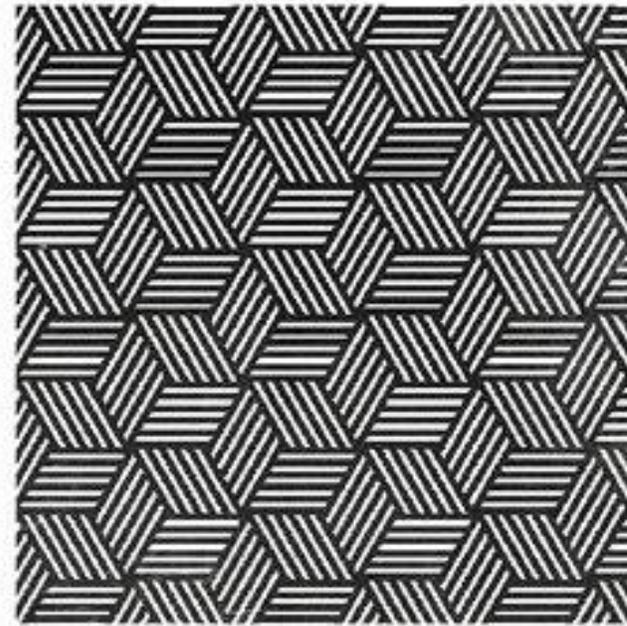


# Gestión turística en tiempos de crisis



**castro  
consulting**

marketing & strategy



CICLO FORO EMPRENDIMIENTO CON TALENTO

**LA RESILIENCIA EN EL SECTOR TURÍSTICO**  
CASOS DE ÉXITO

29/06  
12:00 h.

FINANCIADA POR:  
GENERALITAT VALENCIANA

ORGANIZADA POR:  
FACE  
CEEI

**FOCUS**  
PIRE Y EMPRENDIMIENTO  
CENTRO DE INVESTIGACIONES

**¿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**

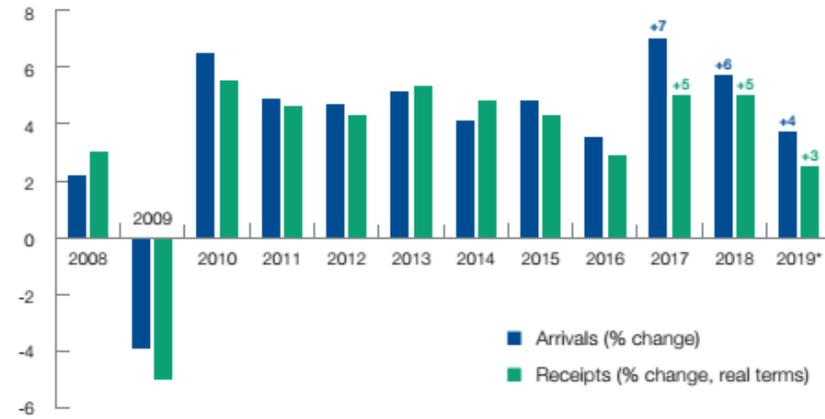
A grayscale world map is shown in the background. The text '¿De dónde veníamos?' is overlaid in the center of the map in a large, bold, black font.

**¿De dónde veníamos?**

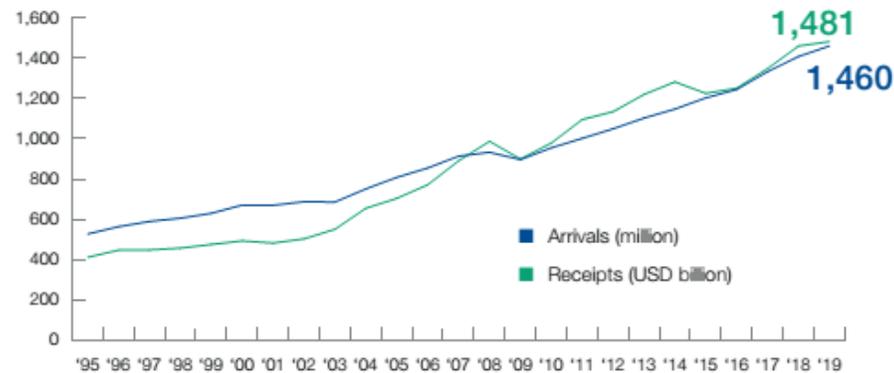
# 2019 – 10th consecutive year of sustained growth

https://www.e-unwto.org/doi/full/10.18111/9789284422456 - Thursday, April 22, 2021 1:28:00 AM - IP Address: 89.130.109.25

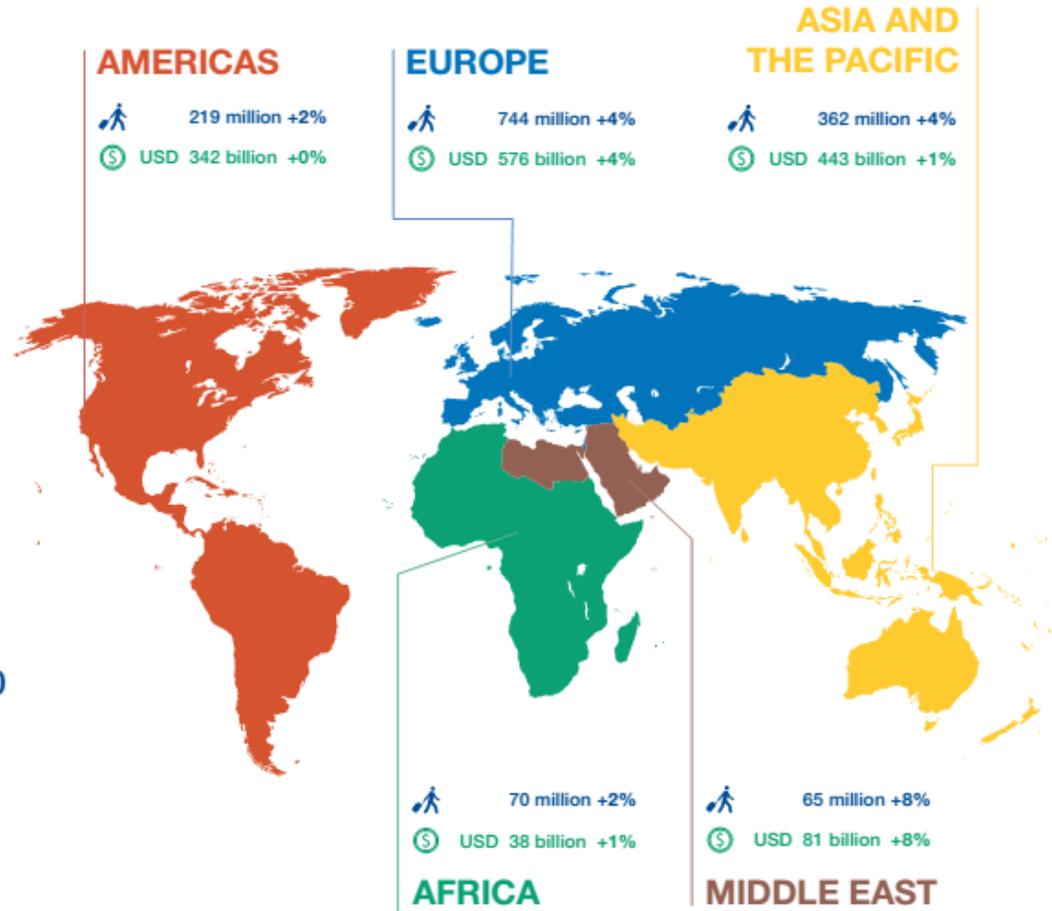
Tourism has seen continued expansion over time, despite occasional shocks, underlining the sector's strength and resilience



International tourist arrivals and tourism receipts (% change) Data as of November 2020. Source: World Tourism Organization (UNWTO). \* Provisional data.



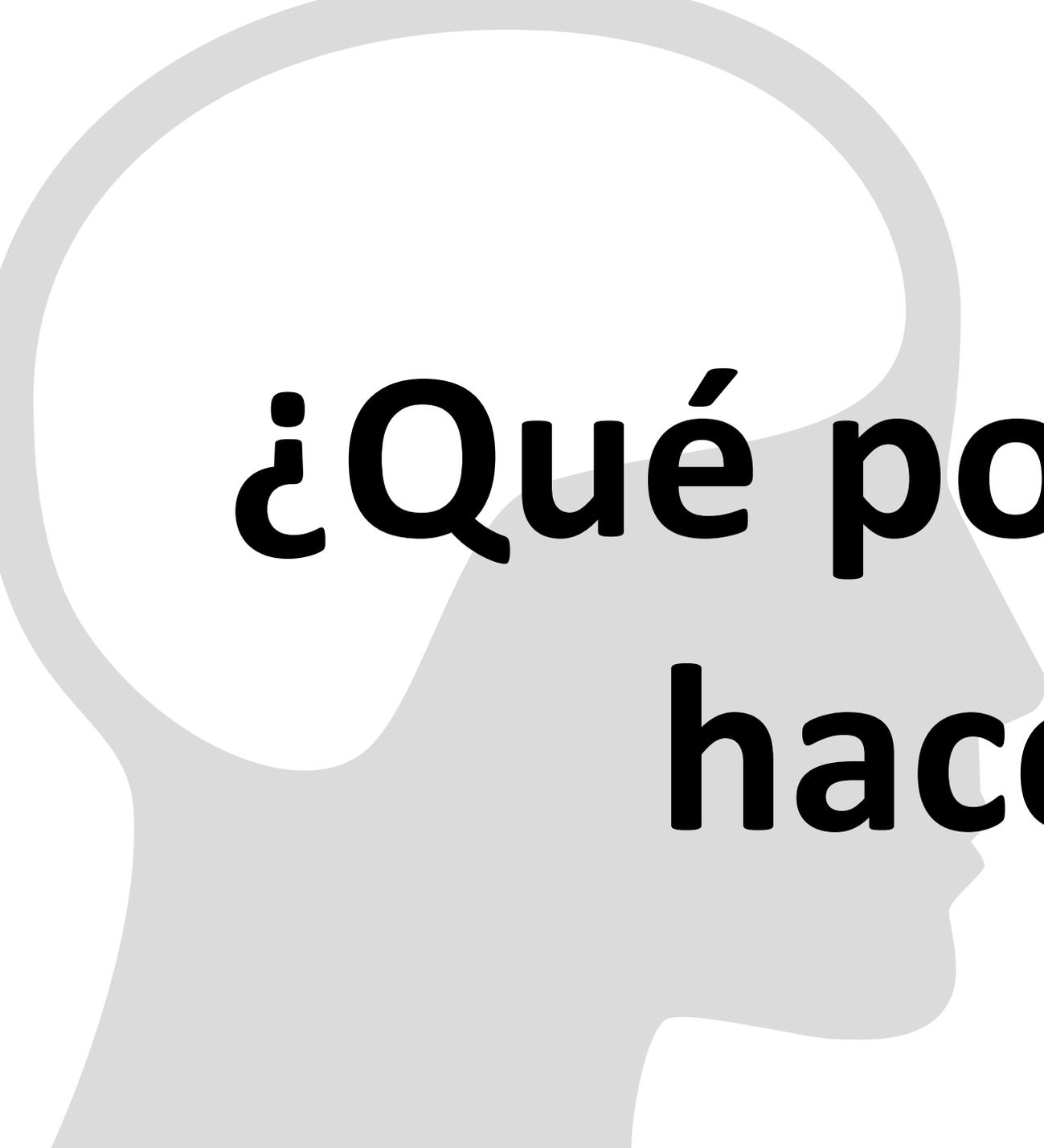
International tourist arrivals (million) and tourism receipts (USD billion) Data as of November 2020. Source: World Tourism Organization (UNWTO). \* Provisional data.



Map of international tourist arrivals (million) and tourism receipts (USD billion) Data as of November 2020. Source: World Tourism Organization (UNWTO). \* Provisional data.

**A nivel general, el turismo siempre ha sido gestionado desde el éxito y el crecimiento.**

**¡Nunca nos habíamos enfrentado a esta  
situación!**



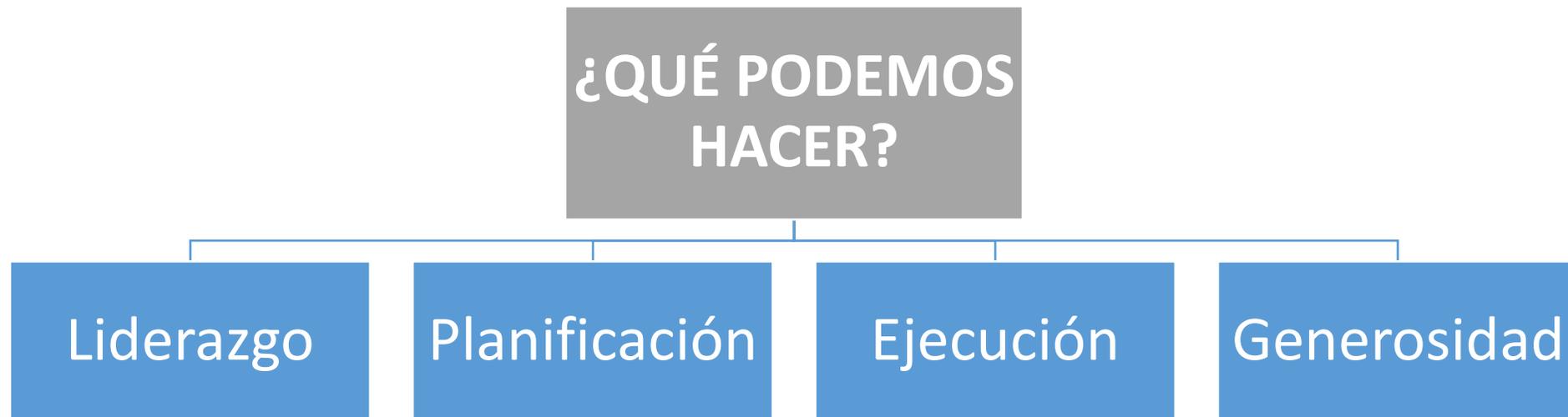
**¿Qué podemos  
hacer?**





**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*

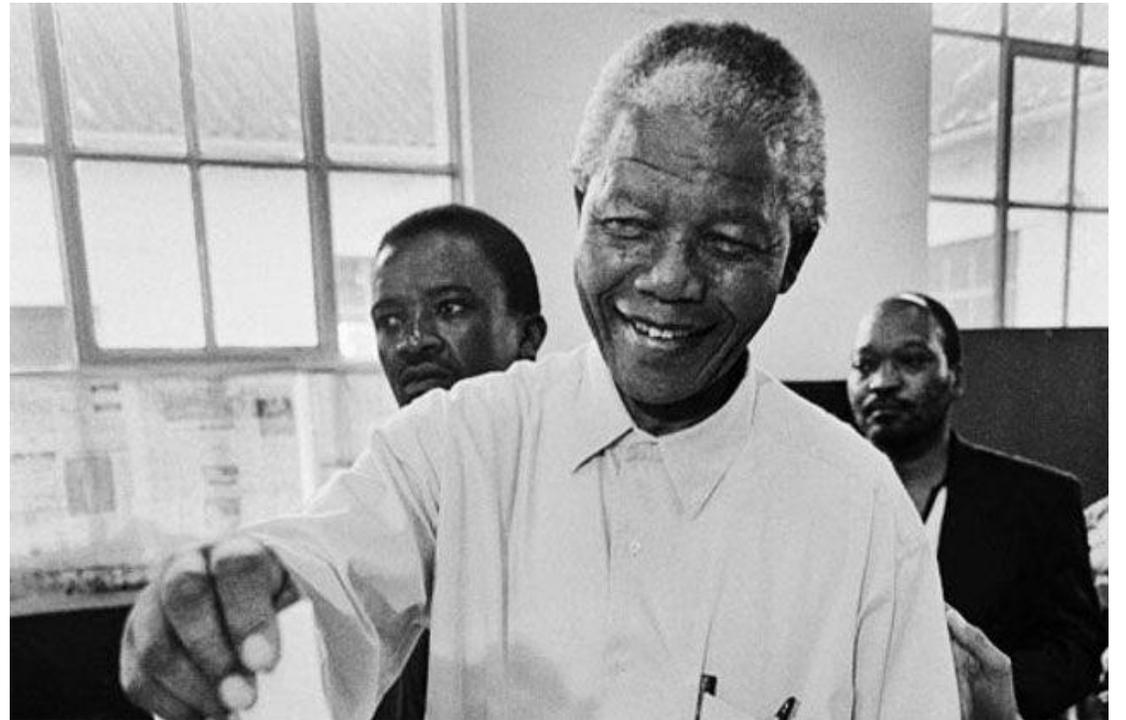
# Liderazgo

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**

**RESILIENCIA**

**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**?*



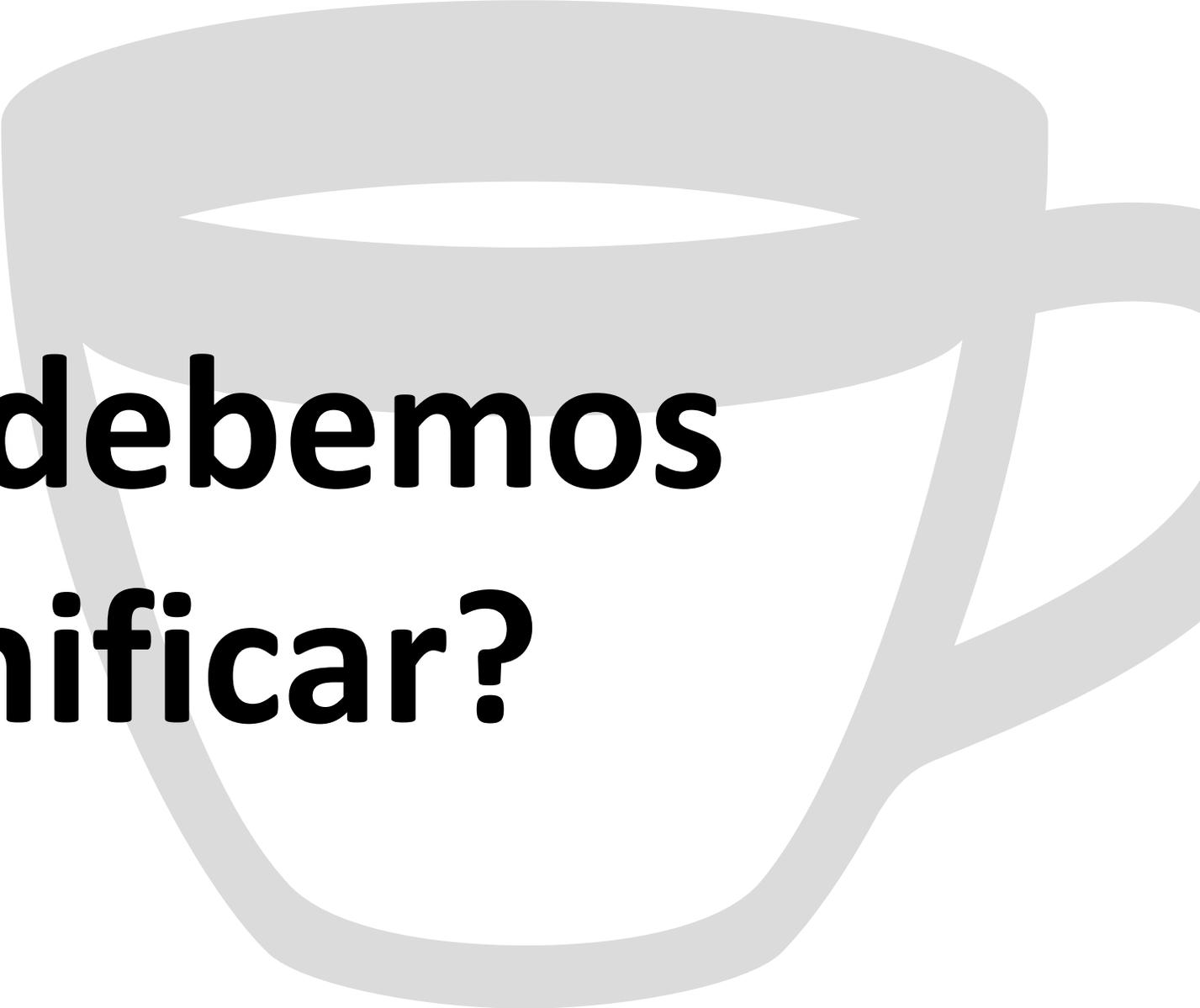
**COVID-19**

# 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



**¿Qué debemos  
planificar?**

# ¿Qué debemos planificar?

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

# 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

- **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.** Identifiquemos problemas y propongamos soluciones
- **Priorización:** no por tener más acciones la planificación será mejor.

# MIS CLAVES PARA UNA BUENA EJECUCIÓN ESTRATÉGICA

- **Implicación:** es necesario comunicar el plan a todo el equipo. Se debe generar un compromiso del grupo.
- **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.
- **Gestión por objetivos:** la clave de toda ejecución. Una vez asignadas las tareas, se deberá poner una fecha límite para ese objetivo.

## MIS CLAVES PARA UNA BUENA EJECUCIÓN ESTRATÉGICA

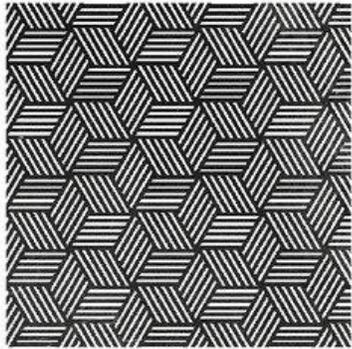
- **Revisión de lo planificado:** Una vez cumplido el periodo de ejecución, deberemos revisar el plan para ver si los objetivos de ejecución han sido cumplidos. De no ser así, debemos analizar las causas y ponerlos de nuevo en marcha.
- **Responsabilidad y trabajo duro:** es una obviedad pero el éxito 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** 

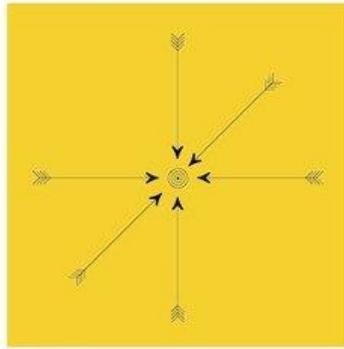
**Todos/as vamos a perder algo en  
esta crisis**

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

**¿Cómo nos lo hemos aplicado?**



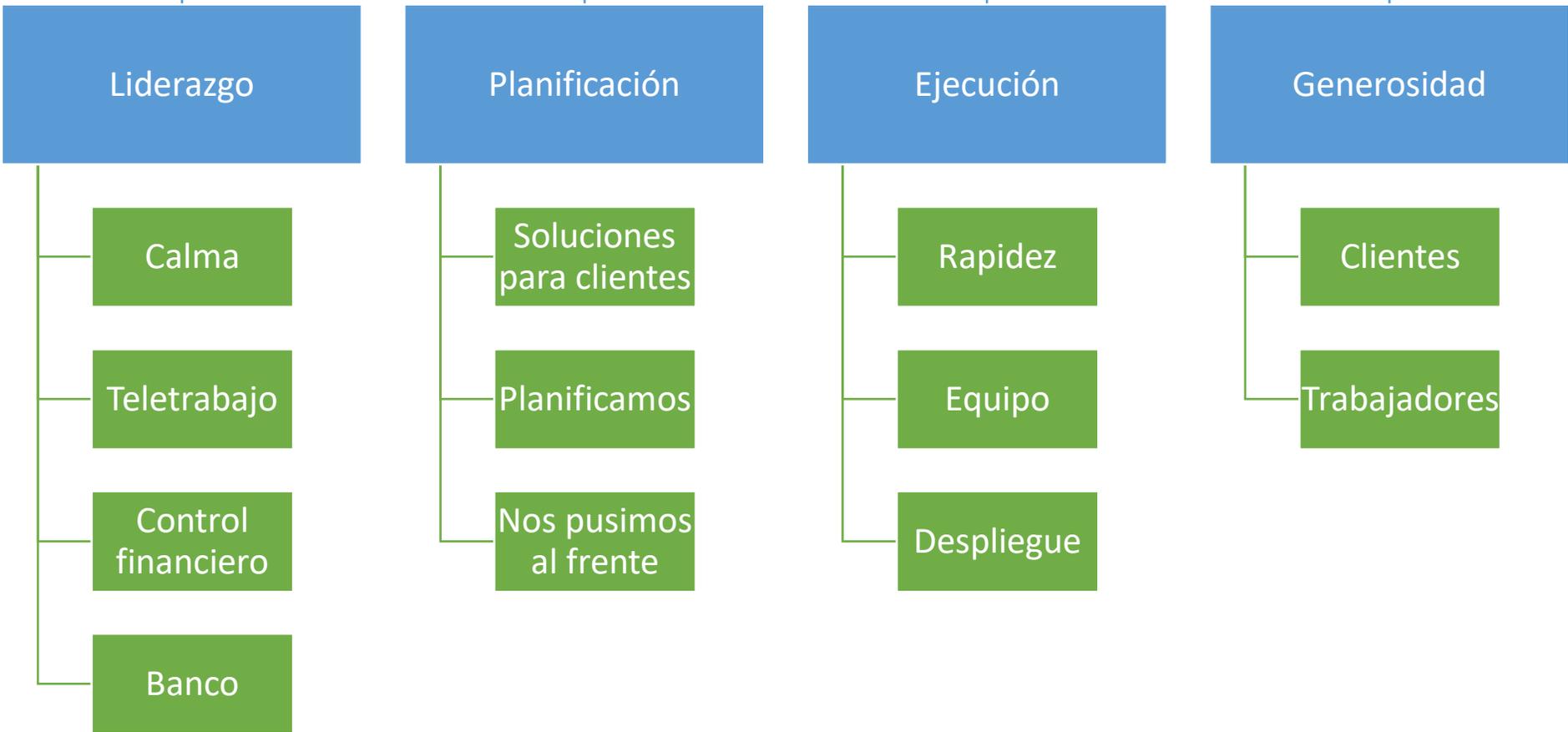
**castro**  
**consulting**  
— — — — —  
marketing & strategy



[www.viajarenfamilia.net](http://www.viajarenfamilia.net)



# ¿QUÉ PODEMOS HACER?



BORRADOR

# Plan de Choque de turismo Covid 19



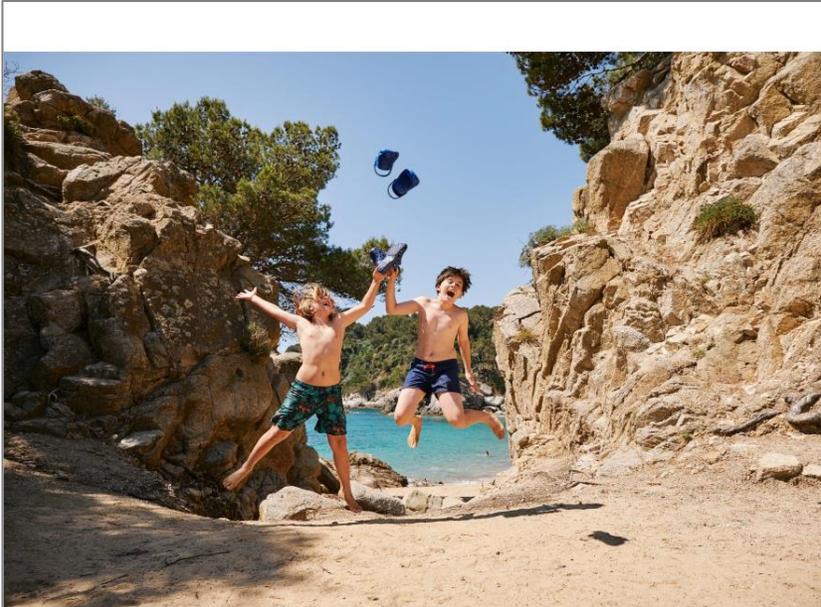


***Turisme inicia "Webinars frente al COVID-19",  
un ciclo de formación específica  
para las empresas turísticas adheridas  
al programa CreaTurisme***



***El programa se iniciará en los próximos días y estará formado  
por cinco webinars de entre 45 y 60 minutos de duración***





## Programa de Mejora de la Competitividad del Turismo Familiar de Lloret de Mar



### 03 Productos turísticos y posicionamiento

En Lloret de Mar, el grado de reconocimiento del familiar todavía no es proporcional al esfuerzo realizado por los sectores público y privado, ocupando un sexto lugar en 2018 y 2019.

Según datos recogidos en 2018 y 2019, el posicionamiento del destino seguía capitalizado por el sol y playa y con el cultural, activo y natural por delante del familiar.

Durante 2020, debido a la crisis provocada por la COVID-19, se han observado cambios en algunos productos, sin embargo el familiar ha seguido situado en la misma posición.

#### Interés por producto

01 mayo - 30 septiembre, 2018 vs. 2019. Destinos: Lloret de Mar, Costa Brava, Benidorm, Menorca y Salou



En Lloret de Mar el producto familiar se ha quedado en sexta posición en ambos años.

En Salou el producto familiar es el segundo más mencionado en ambos años.

lloret de mar		Costa Brava Pirineus de Girona		Visit Benidorm		Menorca Islas Baleares		SALOU Playa de Salou	
2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Sol y playa	Sol y playa	Sol y playa	Sol y playa	Sol y playa	Sol y playa	Sol y playa	Sol y playa	Sol y playa	Sol y playa
Ocio nocturno	Ocio nocturno	Cultural	Cultural	Cultural	Gastronomí co	Natural	Natural	Familiar	Familiar
Cultural	Cultural	Natural	Natural	Ocio nocturno	Gastronomí co	Activo	Cultural	Activo	Activo
Activo	Activo	Activo	Gastronomí co	Familiar	Ocio nocturno	Cultural	Activo	Ocio nocturno	Gastronomí co
Natural	Natural	co	Activo	co	Familiar	Familiar	Gastronomí co	co	Ocio nocturno
Familiar	Familiar	Ocio nocturno	Familiar	Natural	Natural	Gastronomí co	Familiar	Natural	Natural
Gastronomí co	Gastronomí co	Familiar	Ocio nocturno	Activo	Activo	Wellness	Wellness	Cultural	Cultural
Wellness	Shopping	Wellness	Wellness	Shopping	Shopping	Ocio nocturno	Ocio nocturno	Wellness	Wellness
Shopping	Wellness	Shopping	Shopping	Wellness	Wellness	Shopping	Shopping	Shopping	Shopping

- En 2019 en Costa Brava el producto ganó importancia en términos de interés y su cuota de menciones creció desde la séptima a la sexta posición respecto al año precedente.
- Mientras que el producto familiar perdió una posición en Benidorm decreciendo desde el cuarto producto más mencionado al quinto.

# CLÚSTER DE EMPRESAS INNOVADORAS PARA EL TURISMO DE LA COMUNITAT VALENCIANA

CONÓCENOS



## NOSOTROS

ADESTIC es el **Clúster de Empresas Innovadoras para el Turismo de la Comunitat Valenciana**. Somos una agrupación de empresas de base tecnológica, digital e innovadora, que tiene como objeto ofrecer soluciones, servicios y productos que mejoren la competitividad de las empresas y destinos turísticos.



### MISIÓN

Aportar a la cadena de valor turística valenciana una nueva capa, **estructurando, promocionando y fortaleciendo el tejido empresarial vinculado a la innovación y digitalización turística.**



### OBJETIVOS

**Apoyar y promocionar a nuestros asociados** así como sus productos y servicios, ayudándoles a **exportar su tecnología y talento a nivel nacional e internacional**. Generación de **proyectos colaborativos** que den como resultado soluciones innovadoras para el sector turístico.

# #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.

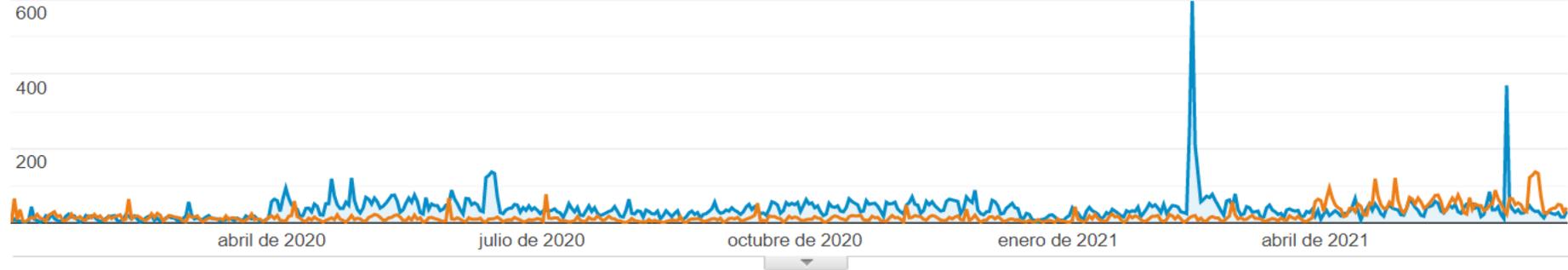
[QUIERO COLABORAR](#)



Artículos

01-ene-2020 - 28-jun-2021: ● Usuarios

01-ene-2019 - 28-jun-2020: ● Usuarios



Usuarios

97,66 %

17.685 frente a 8.947



Usuarios nuevos

99,77 %

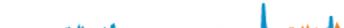
17.881 frente a 8.951



Sesiones

97,08 %

21.712 frente a 11.017



Número de sesiones por usuario

-0,30 %

1,23 frente a 1,23

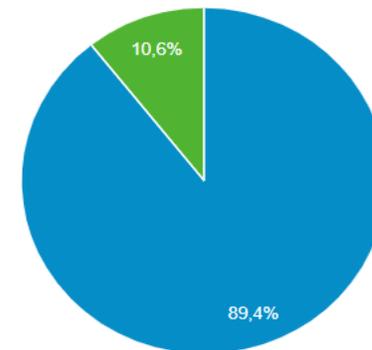


Número de visitas a páginas

Páginas/visión

■ New Visitor ■ Returning Visitor

01-ene-2020 - 28-jun-2021



01-ene-2019 - 28-jun-2020



🔍 Buscar informes y artículos

Vista general de la audiencia ✓

📄 GUARDAR 📄 EXPORTAR 🔄 COMPARTIR 📊 ESTADÍSTIC

🟡🟠 Todos los usuarios  
 +0,00 % Usuarios

⊕ + Añadir segmento

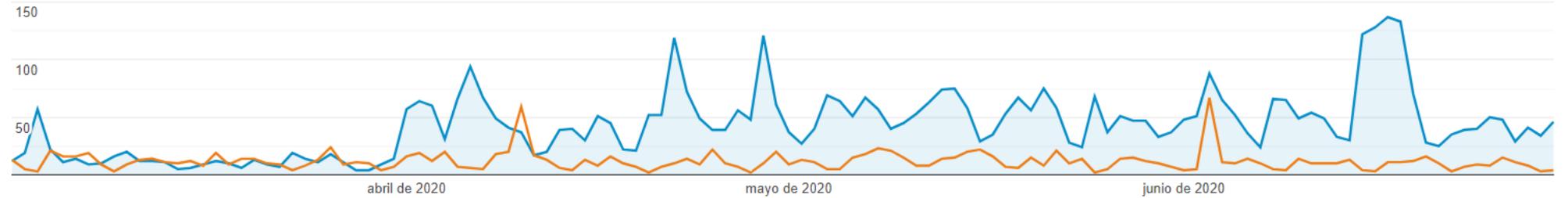
1 mar 2020 - 30 jun 2020  
 Comparar con: 1 mar 2019 - 30 jun 2019

Vista general

Usuarios frente a [Seleccione una métrica](#)

Cada hora Día Semana Mes

01-mar-2020 - 30-jun-2020: ● Usuarios  
 01-mar-2019 - 30-jun-2019: ● Usuarios



Usuarios  
**269,02 %**  
 4.657 frente a 1.262



Usuarios nuevos  
**275,75 %**  
 4.618 frente a 1.229



Sesiones  
**266,65 %**  
 5.650 frente a 1.541



Número de sesiones por usuario  
**-0,64 %**  
 1,21 frente a 1,22



Número de visitas a páginas  
**215,48 %**

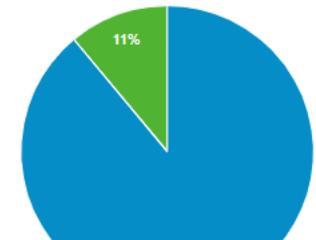
Páginas/sesión  
**-13,95 %**

Duración media de la sesión  
**-8,30 %**

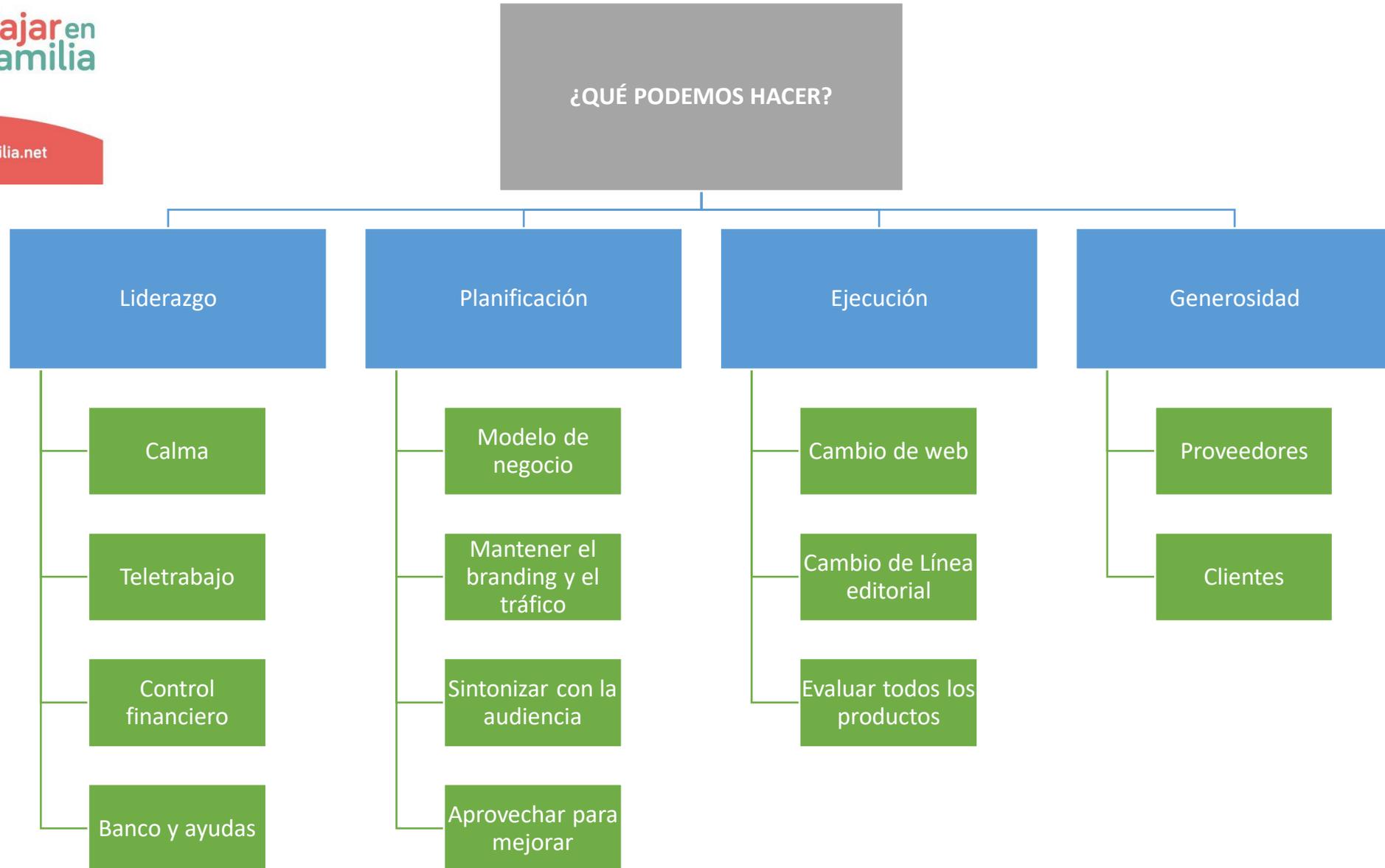
Porcentaje de rebote  
**10,46 %**

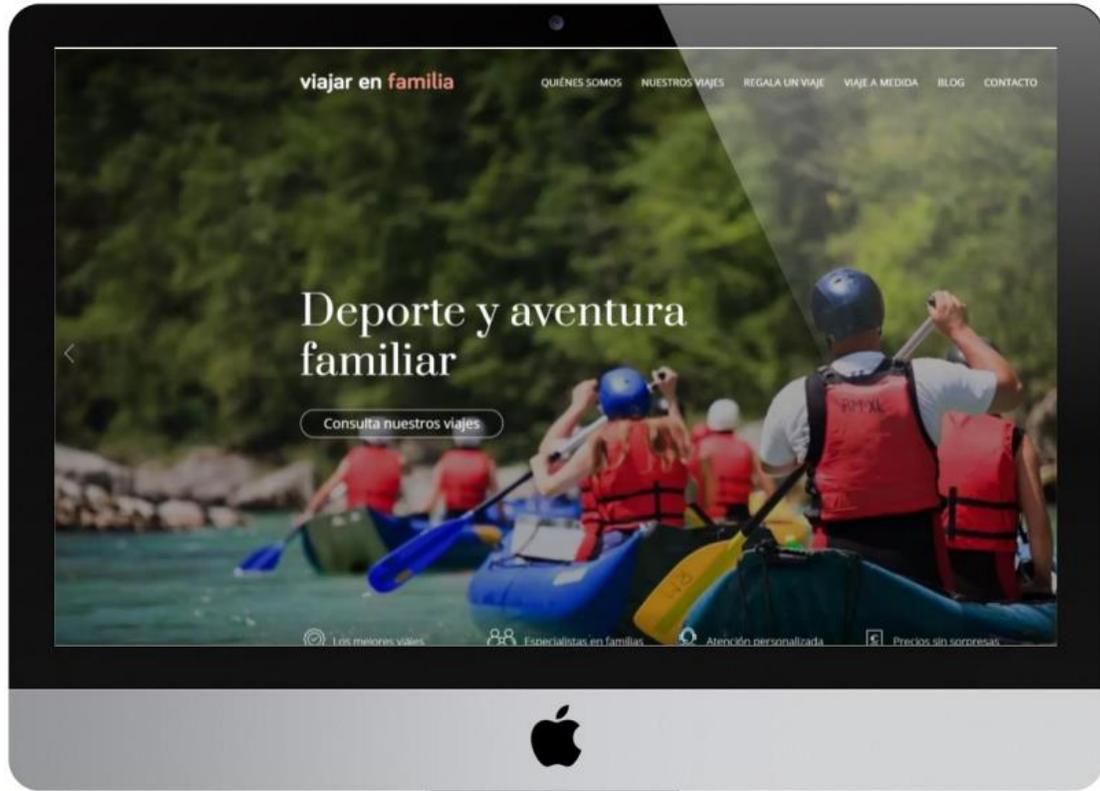
■ New Visitor ■ Returning Visitor

01-mar-2020 - 30-jun-2020



- 🏠 Página principal
- 🔍 Personalización
- INFORMES
- 🕒 En tiempo real
- 👤 Audiencia
  - Vista general
  - Usuarios activos
  - Valor del tiempo de vida del cliente BETA
  - Análisis de cohortes BETA
  - Audiencias
  - Explorador de Usuarios
  - Grupos demográficos
  - Intereses
  - Información geográfica
- 🔗 Atribución BETA







Consejos, información y las mejores propuestas para disfrutar al máximo de tus viajes y de tu tiempo en familia.



### Ofertas para viajar con niños este verano 2020

📅 6 DE AGOSTO DE 2020

Este verano 2020, hay muchas familias que deciden dónde quieren ir a última hora, adaptándose a la nueva situación. Para estas familias tenemos algunas ofertas muy interesantes.



### Montanejos, un destino de moda donde viajar en familia

📅 18 DE JUNIO DE 2020

Año tras año, temporada tras temporada, Montanejos se confirma como uno de los destinos más en boga ya no solo de la provincia de Castellón sino de toda la Comunidad Valenciana.



### Alcalá del Júcar, el pueblo más bonito de Albacete

📅 23 DE JULIO DE 2020

Dicen que es el pueblo más bonito de Albacete, así que hoy proponemos descubrir en familia uno de los pueblos más pintorescos de Castilla La Mancha: Alcalá del Júcar. ¿Te animas?



### La nueva normalidad: nuestros destinos destacados

📅 25 DE JUNIO DE 2020

La nueva normalidad significa que podemos empezar a viajar de nuevo. Este año, apostamos por destinos nacionales y cercanos para que tengáis unas vacaciones seguras y divertidas.



### Vacaciones con niños en Estepona: De safari en Selwo Aventura

📅 16 DE JULIO DE 2020

¿Te imaginas irte de safari en un vehículo todo terreno para ver de cerca a hipopótamos, jirafas, cebras o antílopes? Pues no hace falta ir lejos para vivirlo. En Estepona os espera una aventura en familia con safari incluido.



### Alojamientos rurales: ventajas para familias

📅 11 DE JUNIO DE 2020



### Los viajes Internacionales: ¿Cuándo volverán?

📅 28 DE MAYO DE 2020

Los viajes internacionales volverán, tarde o temprano. Aunque todo apunta que este verano 2020 será el verano del turismo doméstico, en este artículo queremos daros información sobre cuándo podríamos hacer viajes internacionales de nuevo.



### Destinos nacionales para la nueva normalidad

📅 7 DE MAYO DE 2020

Los destinos nacionales cobrarán importancia cuando hayamos alcanzado la "nueva normalidad", que seguramente será a finales de junio. Entonces por fin podremos empezar a pensar de nuevo en viajar por España. Desde Viajar en Familia os queremos empezar a recomendar ...



### Irse a la playa: ¿Qué reglas tengo que tener en cuenta?

📅 4 DE JUNIO DE 2020

Irse a a playa es una de esas cosas que hemos echado mucho de menos durante el confinamiento. Los municipios que han entrado en la fase 2 ya pueden volver a abrir las playas. Lo hacen siguiendo las pautas del ...



### ¿Cuándo abrirán los hoteles en España de nuevo?

📅 14 DE MAYO DE 2020

¿Cuándo abrirán los hoteles en España de nuevo? Esa es ahora la gran pregunta. Una gran parte de España ha entrado en la Fase 1 del plan de desescalada. En esta fase, los hoteles pueden abrir con ciertas restricciones, las ...

Los alojamientos rurales están "de moda" para este verano. La verdad es que cada tipo de alojamiento tiene sus ventajas y desventajas, pero muchas familias han valorado que las casas rurales, apartamentos rurales y pequeños hoteles rurales son una buena ...



### 4 Formas de viajar post-coronavirus con niños

📅 21 DE MAYO DE 2020

Las formas de viajar post-coronavirus con niños pueden ser un poco diferente que antes. Recordamos que cuando hayamos llegado a la "nueva normalidad" es cuando nos podremos mover con más libertad y pensar en viajar de nuevo, sobre todo por ...



### ¿Qué significa la desescalada para los viajes?

📅 29 DE ABRIL DE 2020

La desescalada empieza ya, ¿pero qué significa para los viajes? En este artículo os enseñamos en qué consiste la desescalada y qué podemos hacer y no hacer durante los 4 fases de plan. Las fases de la desescalada El 28 de abril ...

🔍 Buscar informes y artículos

Vista general de la audiencia ✓

📁 GUARDAR 📄 EXPORTAR ➦ COMPARTIR 📊 ESTADÍSTICAS

🏠 Página principal

🗉 Personalización

INFORMES

🕒 En tiempo real

👤 Audiencia

Vista general

Usuarios activos

Valor del tiempo de vida del cliente BETA

Análisis de cohortes BETA

Audiencias

Explorador de Usuarios

➤ Grupos demográficos

➤ Intereses

➤ Información geográfica

🔗 Atribución BETA



1 mar 2020 - 30 jun 2020  
Comparar con: 1 mar 2019 - 30 jun 2019

🟡🟠 Todos los usuarios  
+0,00 % Usuarios

🟡 + Añadir segmento

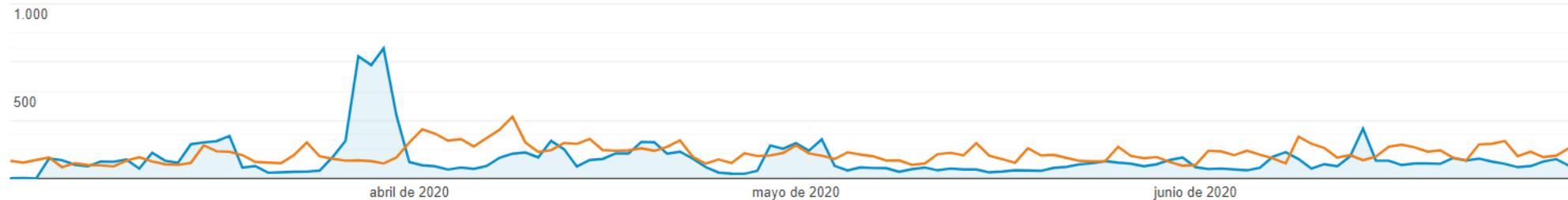
Vista general

Usuarios frente a [Seleccione una métrica](#)

Cada hora **Día** Semana Mes

01-mar-2020 - 30-jun-2020: ● Usuarios

01-mar-2019 - 30-jun-2019: ● Usuarios



Usuarios

**-18,72 %**

12.264 frente a 15.088



Usuarios nuevos

**-19,03 %**

12.066 frente a 14.901



Sesiones

**-21,29 %**

14.675 frente a 18.644



Número de sesiones por usuario

**-3,16 %**

1,20 frente a 1,24



Número de visitas a páginas

**-47,32 %**

Páginas/sesión

**-33,08 %**

Duración media de la sesión

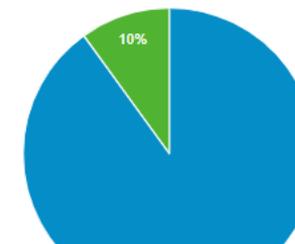
**-60,10 %**

Porcentaje de rebote

**36,47 %**

■ New Visitor ■ Returning Visitor

01-mar-2020 - 30-jun-2020



Dimensión primaria: **Página** Título de la página Otros ▾

Incluir en gráfico

Dimensión secundaria ▾

Ordenar por tipo:

Predeterminado ▾



avanzado



<input type="checkbox"/>	Página	Número de visitas a páginas ▾ ↓	Número de visitas a páginas	Contribución al total: Número de visitas a páginas ▾
		32.128 % del total: 100,00 % (32.128)	32.128 % del total: 100,00 % (32.128)	
<input type="checkbox"/>	1.  /es/inicio.html	6.252	19,46 %	
<input type="checkbox"/>	2.  /consejos/10-ideas-para-viajar-con-ninos-sin-salir-de-casa/	4.148	12,91 %	
<input type="checkbox"/>	3.  /consejos/actividades-para-hacer-con-ninos-en-casa/	1.388	4,32 %	
<input type="checkbox"/>	4.  /consejos/viajes-post-coronavirus/	898	2,80 %	
<input type="checkbox"/>	5.  /actualidad/que-significa-la-desescalada-para-los-viajes/	836	2,60 %	
<input type="checkbox"/>	6.  /	731	2,28 %	
<input type="checkbox"/>	7.  /destinos/alcala-del-jucar-el-pueblo-mas-bonito-de-albacete/	676	2,10 %	
<input type="checkbox"/>	8.  /es/nuestros-viajes.html	644	2,00 %	
<input type="checkbox"/>	9.  /es/quienes-somos.html	606	1,89 %	
<input type="checkbox"/>	10.  /es/naturaleza-en-familia.html	574	1,79 %	

Mostrar filas:

10 ▾

Ir a:

1

1 - 10 de 1821



Este informe se creó el 29/6/21 a las 10:44:16. - [Actualizar informe](#)

# TENDENCIAS 2021-2022

- Evolución de las compañías aéreas y la movilidad turística
- Viajes internacionales tardarán en volver
- Turismo de proximidad y dentro del país
- Reducción de operadores y agencias de viajes. Hacia la especialización
- Auge del turismo nacional: aumento de la competencia
- Auge de turismo rural y de naturaleza
- Necesaria diferenciación de producto: argumentos de venta
- Condiciones de cancelación y flexibilidad
- Precio factor importante, pero no decisivo. Necesitamos seducir al turista
- Hacia un turista más responsable



C/ Daniel Balaciart 4 Of 9  
46020 Valencia (Spain)



960 07 79 27



@castroconsultin



info@castroconsulting.es



facebook.com/Jcastromarketing

ESTAMOS AQUÍ

A callout box with a blue border and a pointer pointing to the location of Spain on a world map. The text inside the box is 'ESTAMOS AQUÍ' in blue capital letters.