

# OFICINA TÉCNICA PARA MITIGAR EL IMPACTO TURÍSTICO DEL COVID-19

**habilitur**



**#impulsaturismo**

# MEDIDAS PARA REACTIVAR LA ECONOMÍA TERRITORIAL PASO A PASO Y MITIGAR EL IMPACTO DEL COVID-19

## INTRODUCCIÓN

La crisis del coronavirus es un acontecimiento global inédito, lo más relevante son sin dudas, sus implicaciones sanitarias y la pérdida de vidas humanas. Pero también están sus consecuencias económicas donde el sector turístico será uno de los mayores afectados ya que en España el sector servicios es el principal.

**Mas de 90.000 millones de euros puede perder el sector turístico español como consecuencia del impacto por el coronavirus.**

Este sector que representa el 12,5% de PIB y un 13% del empleo nacional, debe empezar a trabajar y estar preparados con medidas seguras, ágiles y eficaces que favorezcan el impulso del sector.

Nos encontramos ante tres escenarios diferentes relacionado con la reapertura y reanudación de la actividad en los Destinos Turísticos y el impacto en la economía nacional:

- Que se empiece a reactivar a principios de junio, esto supondría unas pérdidas de unos 25.000 millones de euros.
- Que se empiece a reactivar a mediados de julio, esto supondría la pérdida de 45.000 millones de euros.
- Que los mercados tradicionales (Francia, Alemania, Italia), no pudieran viajar por razones sanitarias o económicas y esto supondría 90.000 millones de euros, con su correspondiente proceso de concurso de acreedores, cierres de empresas y destrucción de un gran porcentaje de empleo.

Todo esto nos debe impulsar a tomar decisiones ágiles, con medidas seguras de alta responsabilidad y gran nivel que permita a las instituciones buscar soluciones estratégicas a corto, medio y largo plazo.

En un momento en el que la mayoría de los países están luchando contra la pandemia, el papel que desempeñan las instituciones públicas y las empresas en este escenario es fundamental. Como actores clave de la economía, la responsabilidad social de los territorios y las compañías consiste en llevar a cabo una buena gestión territorial y empresarial y, principalmente, garantizar la seguridad trabajando para crear entornos seguros.

## OBJETIVO

La clave para la gestión de todo el procedimiento camino a la recuperación, teniendo en cuenta la situación de crisis actual post COVID-19 es crear una Oficina Técnica de Reactivación de la Actividad Territorial, que trabaje desde el propio ente público ayudando a reiniciar la actividad turístico-económica, facilitando,

posicionando y dinamizando el desarrollo de acciones ágiles, inclusivas y transversales, que pueda reactivar de nuevo la actividad territorial de manera consensuada, dando visibilidad de un territorio seguro y adaptado a las nuevas necesidades tanto del territorio como del potencial turista post COVID-19.

### OBJETIVOS CLAVES:

- 1 **Generar confianza** en el territorio a través de acciones consensuadas por todos los ciudadanos, empresas y ente público de foros Vir-territoriales.
- 2 **Sostenibilidad** económica y territorial
- 3 **Mitigar el impacto** de manera ágil. **Mesa de Gestión del Impacto.**
- 4 **Identificar** entre todos donde están las **sinergias** para construir respuestas de manera conjunta, concretando el punto de partida hacia la reactivación del sector.
- 5 Lograr máxima **participación ciudadana. Compromiso Social.**
- 6 Crear un espacio de discusión para **aportar ideas y apoyar** en todo el proceso, llegando a soluciones conjuntas.



## ACCIONES Y HERRAMIENTAS HACIA LA REACTIVACIÓN

Partiendo de un análisis de las principales prácticas en las entidades públicas y empresariales, en materia de planificación de continuidad de actividad territorial, negocios y gestión de emergencias, exponemos medidas para hacer frente con garantías y gestión dentro de la Oficina Técnica, a esta situación implicando en todo momento al sector público-privado (cooperación permanente/creación de alianzas-ODS (Objetivo de Desarrollo Sostenible 17), que permitan impulsar el territorio en la mayor brevedad posible, para ello las acciones y herramienta utilizadas serán:

### 01 Establecer equipos de toma de decisiones de emergencia.

Todas las instituciones y empresas deberían contar con un **“Equipo de Respuesta Ágil”** que establezca la estrategia y marque los objetivos del plan de emergencia, garantizando que se **toman las decisiones de la manera más rápida y acertada posible.**

Este grupo realizará el DAFO actual para evaluar los puntos fuertes y débiles del territorio, las empresas y de sus profesionales para ajustar procesos en momentos de crisis.

Establecer estas herramientas de gestión conjunta público-privada, es vital para el territorio.

### 02 Evaluar los riesgos y establecer los mecanismos de respuesta de emergencia

Muchas instituciones y empresas han establecido **“planes de contingencia para emergencias”** o **“planes de sostenibilidad territorial y empresarial”**, que suelen aplicarse inmediatamente en caso de una emergencia importante.

Si un territorio o una empresa no tiene un plan de este tipo, debe realizar una evaluación exhaustiva de todos los riesgos de inmediato, analizando el capital humano de la institución, las subcontrataciones, la cadena de suministro, los clientes y el sector público (gobiernos), para repensar el modelo de territorio.

De acuerdo con la evaluación de riesgos, el territorio y la empresa debe responder a cuestiones relacionadas con el espacio, los planes de producción, las adquisiciones, el suministro y la logística, la seguridad del personal y el capital financiero, así como organizar otros aspectos relevantes relacionados con los planes de emergencia y la división del trabajo tanto en el territorio de manera grupal y de la empresa de manera individual.

### 03 Establecer un mecanismo de comunicación de información positiva pero real para el ciudadano y turistas, creando documentos de comunicación estandarizados.

Es necesario mantener una **comunicación fluida** tanto con los residentes como con los turistas, así como reforzar los servicios de atención al cliente. De esta forma evitaremos que se produzca una opinión pública negativa, ya que estamos en un entorno de incertidumbre que tenemos que cambiar a través de una información transparente, dinámica, inclusiva, adaptada, estructurada y exhaustiva, todo ello hacia la mejora continua.

### 04 Mantener el bienestar físico y mental de los territorios. Ágil Coach o Asesor estratégico.

Es recomendable que las instituciones establezcan mecanismo de vacaciones y trabajo flexible, utilizando los medios técnicos y tecnológicos disponibles para establecer métodos de trabajo no presencial durante periodos extraordinarios.

Además, se debe establecer un sistema de vigilancia de la salud de los ciudadanos, potenciales turistas y mantener la información personal sobre la salud de estos con total garantía de confidencialidad.

La institución debe garantizar la seguridad de los espacios públicos e infraestructuras mediante la limpieza y desinfección de estos espacios, cumpliendo con los requisitos de gestión de la higiene de las autoridades de salud pública nacionales y regionales para los periodos de enfermedades infecciosas graves.

La institución debe reforzar y promover la educación sobre seguridad epidémica, cultura de cambio, establecer directrices contrastadas de autoprotección de los empleados y aumentar la conciencia sobre la seguridad y la prevención de riesgos.

## 05 Centrarse en los planes de respuesta por los riesgos generados en la cadena de suministro.

Las instituciones deberán contar con la interlocución de las empresas para abastecer al territorio con canales de adquisición de las mismas para no tener que detener la producción o reemprenderla en cuanto pase el periodo de cuarentena.

En la gestión de los inventarios, las organizaciones deben tener en cuenta factores como el bloqueo del consumo, el correspondiente aumento de los costes financieros y la presión sobre el flujo de efectivo.

Todo ello irá gestando una desescalada con seguridad para atraer al potencial turista en el menor tiempo posible (C/P), y asegurar el bienestar del ciudadano.

## 06 Desarrollar soluciones para los riesgos de cumplimiento y mantenimiento de las relaciones con los residentes y turistas que surgen de la incapacidad de reanudar la producción a corto plazo.

Después de una situación de emergencia sanitaria, las organizaciones deben trabajar estrechamente con el territorio para comprender los cambios que ha sufrido y entender el impacto de reanudar su actividad municipal, turística y económica.

## 07 Responsabilidad social y estrategias de desarrollo sostenible en la toma de decisiones. ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible).

Es necesario poder aplicar la responsabilidad social municipal "acción social" desde las perspectivas del medio ambiente, la sociedad, la economía y la estabilidad de los ciudadanos, turistas y empleados, así como coordinar las relaciones con la comunidad y las empresas de suministros, apostando por toda la ciudadanía en general y por los colectivos más vulnerables en particular.

Implementar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), y su implicación directa en los territorios y las empresas en este momento actual.



Y trabajando los mismos mediante la priorización por temática aplicada e implementándolos.

Lo social y sostenible posicionará al territorio y la empresa, ya que a corto plazo será motivo de preferencia en la elección de residencia y viaje.

## 08 Elaborar un plan de gestión de los datos importantes para los ciudadanos y turistas, garantizando la seguridad de la información y la privacidad.

La toma de decisiones basada en los datos, creando un entorno habitable donde tanto los ciudadanos como los turistas pueden prosperar y crear soluciones en un entorno difícil, que repercuta en la mejor calidad de vida "seguridad" y competitividad territorial económica re-captando a los turistas primero nacionales, europeos y por último internacionales.

Las instituciones deben establecer mecanismos de gestión de los datos de los ciudadanos y registrar al personal interno y externo, a los proveedores y al resto de empleados con el que la organización tenga contacto.

También es necesario formular planes de respuesta de emergencia en materia de seguridad de la información para garantizar la misma y la estabilidad de las operaciones. Deben existir protocolos para asegurar el funcionamiento de redes, sistemas y aplicaciones.

Es fundamental proteger la privacidad personal y de los datos, tanto de ciudadanos como de turistas. En el caso de los datos clínicos y médicos, se debe establecer un control de acceso y un nivel de protección adecuado y según lo establecido por la regulación.

Creación de una APP, donde tanto los residentes como los turistas puedan encontrar toda la información referente actual y real al problema. Se tendrá la capacidad de tomar decisiones consensuadas para la reconstrucción social y económica del territorio.

El modelo de demostración, mediante procesos de cambio visuales, será el procedimiento a seguir para transmitir seguridad.

## 09 Las instituciones deben considerar la posibilidad de ajustar sus presupuestos y sus planes de ejecución y captación de fondos.

Aconsejamos a las instituciones prestar especial atención al **flujo** de caja, para garantizar la seguridad de los **fondos**, gestión de fondos europeos de acuerdo con el ritmo de los proveedores y los planes de acciones post COVID-19.

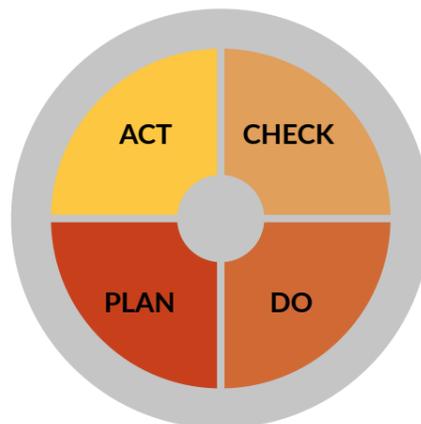
Apoyo a la captación de **nuevos fondos**.

## 10 Gestión de oficina de crisis bajo Metodología Ágil. Creación de la Mesa Gestión del Riesgo.

Constitución y apertura de oficinas de crisis- "**Agile Office**", que lidere y haga el seguimiento del Plan de Contingencia o Plan de Mitigación del sector turístico-económico, coordinado en la oficina técnica, por un equipo multidisciplinar que puedan abordar las diferencias temáticas.

En la misma se contará con la aportación de la figura del **Agile Coach**, para gestionar equipos proponiendo nuevas ideas, mínimos productos viables, nuevos productos, que tras el testeado de los mismos mediante metodologías aplicadas como; Continuous Improvement (Act-Check-Do-Plan) y puesta en marcha de soluciones a corto, medio y largo plazo, den lugar a nuevos productos y servicios.

Esta metodología se gestionará con el **equipo motor**, involucrando a un grupo de empresarios, expertos y activos del sector empresarial-turístico. Seguimiento de **OKRs (Objetivos y Resultados claves)**, de manera planificada y combinando el objetivo con el resultado.



## 11 Personas claves para combatir el impacto. "Trabajando por y para las personas".

Las personas y los equipos reinventan los territorios que junto con la tecnología crearán nuevos modelos de territorios y empresas adaptándose mejor a los cambios. Inculcar la cultura de valores, permite llegar a modelos de colaboración necesarios para resultar más competitivos en situaciones como la actual. Porque tenemos que destacar que el **TALENTO**, es la materia prima más valiosa para los destinos, las empresas y organizaciones del futuro. Vamos hacia la digitalización, robótica, automatización, dato... pero las personas cada vez tendrán más relevancia, porque las personas con ideas y la capacidad de dirigir o generar estrategia, lo serán todo y sin ellas no habrá ni territorios ni empresas singulares y diferentes. Por ello contar con herramientas que se adapten a las personas, será la clave para pensar en la cultura territorial y empresarial más horizontal y colaborativa.

- Apoyo mediante formación específica del sector turístico.
- Planes de formación y capacitación en habilidades y competencias del sector turístico.
- Planes de desarrollo personal y gestión de emociones.
- Planes de garantía juvenil vinculados al sector y auxiliares
- Planes de empleo desempleados de larga duración y mayores de 45 años.
- Sesiones individuales y colectivas Coaching estratégico de desarrollo.

*Valores como productividad, involucración, visibilidad, motivación, trabajo en equipo, gestión del rendimiento, priorización, mejora continua... son claves que tenemos para salir de la situación actual juntos cooperando.*

## 12 Campañas consensuadas y conjuntas de promoción y reposicionamiento de marca a través de redes sociales, formación, creación de nuevos protocolos de salud e higiene tras el nuevo escenario y preparación para comunicar **SEGURIDAD** tras las restricciones de las actividades por la pandemia.

La **actualización digital turística** con nuevas campañas y nueva identidad digital será el siguiente paso fundamental para desarrollar en los próximos meses, con ello se replanificará las acciones futuras de reparación y reposicionamiento de los turistas tras el COVID-19.

- Campañas de promoción turística post COVID-19 y reposicionamiento de marca.
- Campañas conjuntas de promoción y reposicionamiento de marca.
- Eslogan a trabajar, transmitiendo seguridad.
- Campañas del territorio nacional readaptadas al turismo interior y nacional para activar al cliente local y que se desplace en un radio de corto alcance.
- Campañas globales adaptadas al nuevo turista post COVID-19.
- Campañas segmentadas por productos que equilibren la economía social.

Se analizarán los distintos escenarios y alternativas en función del proceso de desescalada, pero anticipando las estrategias hacia la activación.



## 13 Implantación de Programas Formativos de Competitividad Turística.

Potenciar **programas formativos de competitividad turística** adecuando los servicios del sector a los nuevos requerimientos de los turistas será una acción clave.

**Nuevos contenidos de producto turístico singular y experiencial** que esté preparado para cuando la situación se regularice y el movimiento de personas sea seguro dentro y fuera de España.

Refuerzo de cursos online de capacitación turística y puesta en marcha de acciones para relanzar destinos y empresas. Los **planes de teleformación** mejorara las **habilidades y competencias** de los profesionales del sector.

A todo ello se le aplicará la inteligencia artificial, creatividad e innovación, en cursos adaptados para crear microsegmentos que reactiven los mercados con más potencial y especialmente turismo doméstico, estandarizando los nuevos protocolos de salud e higiene.

# 14

## Medidas especiales para lanzar una estrategia turística especial en “La España Vacía”.

Es el momento de poner en valor “la España Vacía”, viviendo y disfrutando de experiencias seguras, alejada de los riesgos y la movilidad urbana.

Las previsiones vislumbran una nueva tendencia de vida en los pueblos como lugares seguros que además permiten el ocio y disfrute.

Hay en España mas de 5.000 pueblos con menos de 1.000 habitantes y en 1.300 pueblos no llegan ni a 100. En este momento lo urbano no ha sido lo mejor, los pueblos tienen un atractivo intrínseco que no habíamos valorado mucho hasta ahora. Los pueblos ahora más que nunca, tienen mucho valor.

- Cambios de emociones, sensaciones y practicas habituales hacia la garantía de “Experiencias Seguras”.
- El teletrabajo puede ser una gran oportunidad economía para la España Vacía, resiliente durante todo este tiempo y que ahora puede con la combinación vida rural y economía moderna basada en la tecnología, que además será consecuencia de la perspectiva ambiental.
- Formación y capacitación de jóvenes en el entorno rural.
- Capacitación y acompañamiento al crecimiento personal y laboral de las mujeres, jóvenes rurales y colectivos vulnerables.
- Revisión de conectividad de los pueblos.
- Implantación y acceso de internet de banda ancha de 100 Mbps, en zonas rurales.
- Revisión de burocracia e impuestos al comercio local.
- Incentivos para emprender en entornos rurales.
- Fomento de la cultura empresarial y cooperativista en edad escolar.
- Inculcar conductas sostenibles en el ámbito rural que cumplan con la agenda 2030 (Objetivos de Desarrollo Sostenible)-ODS.
- Evaluación de carreteras e infraestructuras de acceso a los pueblos.
- Primer COV-WORKING-19 RURAL; espacio para la capacitación de personas emprendedoras en el entorno rural.



## NUESTRO VALOR DIFERENCIAL

### Firma líder en conocimiento

- Trabajamos con las ciudades en toda España y las asesoramos para hacer frente a sus desafíos en materia estratégica, estructural, de procesos, personas y tecnología, así como ecosistemas de generación de prosperidad y riqueza a las personas y negocios

### Equipo multidisciplinar e integrado

- Se les propone un equipo multidisciplinar coordinado y dirigido por profesionales con amplia experiencia y cualificación.
- Nuestro estilo de trabajo se basa en la generación de relaciones de confianza, basadas en una comunicación fluida, que proporcione soluciones adaptadas y que evite sorpresas.

### Metodología orientada a funcionar de forma ágil

- Les proponemos un plan de trabajo orientado a contribuir a resolverles problemas. Nos concentraremos en los aspectos de mayor valor para el Secretariado y para sus miembros.
- Adaptamos esta metodología a los requerimientos del servicio de apoyo técnico para asegurar que el rigor y la profesionalidad se ponen al servicio de los resultados esperados por nuestros clientes.

### Ya nos conocen

- Ya han comprobado de primera mano nuestra capacidad de trabajo, profesionalidad, interés e ilusión en trabajar con ustedes.

## NUESTRO INTERÉS POR LAS CIUDADES

Generamos conocimiento y atendemos las distintas dimensiones de las ciudades basando nuestra experiencia en un triple enfoque



*“Nuestro reto es ayudarte a  
doblegar la curva de afectados  
en salud y acertar con las  
medidas para los afectados  
en la economía”*

**habilitur**

**María Zamora Morales**

[linkedin.com/in/mariazamoram](https://www.linkedin.com/in/mariazamoram)

[facebook.com/mariazamoram](https://www.facebook.com/mariazamoram)

Telf. 630 540 977 | [maria.zamora@habilitur.com](mailto:maria.zamora@habilitur.com)

[www.habilitur.com](http://www.habilitur.com)