

A bright, modern apartment interior. In the foreground, a bed is covered with a white sheet and a beige textured runner. To the left, there are blue and patterned pillows. In the center, a large window with white curtains looks out onto a balcony with a white table and chairs. To the right, a wooden shelf holds a potted plant and a vase with flowers. The overall atmosphere is clean and airy.

GUÍA PARA LA EMPRESA TURÍSTICA 3.0

Apartamentos Turísticos



GENERALITAT
VALENCIANA



INVAT·TUR

0	Antecedentes	3
1	Metodología	4
2	Cómo usar esta guía	5
3	Diagnóstico	6
4	Los objetivos de las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana	15
5	Soluciones para la transformación de las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana	19



0 Antecedentes

Las empresas turísticas en general, y en particular las de la Comunitat Valenciana, deben ser conscientes de la necesidad que tienen de adecuar sus infraestructuras, servicios y gestión empresarial a un mercado dinámico y cada día más competitivo, concretamente en lo relativo a la digitalización y la sostenibilidad.

Las soluciones tecnológicas vinculadas a los distintos momentos del proceso de compra y consumo son cada vez más imprescindibles en un mercado cada día más digital, en el que aquellas empresas que no apuesten por esto se verán expulsadas automáticamente del sistema. Soluciones digitales vinculadas a la comercialización, a la prestación del servicio y a la propia gestión de su actividad empresarial son ejemplos clave para cualquier empresa turística.

La gestión sostenible de la actividad turística es una responsabilidad social por la conservación y mejora de sus entornos, al tiempo que una necesidad empresarial, ya que en un mundo con recursos finitos y en especial, con recursos cada día más caros, las mejoras en la gestión sostenible de las empresas turísticas provocarán no solo beneficios sociales y ambientales, sino considerables ahorros económicos. La sostenibilidad de la actividad turística va directamente ligada a la sostenibilidad de sus propios entornos, de ahí la relevancia que tendrá en el corto y medio plazo una mayor y mejor gestión sostenible de las empresas y destinos turísticos de la Comunitat Valenciana.

Quizás nos encontremos en uno de los momentos más evidentes de la capacidad de competitividad del sector para poderse adaptar a un proceso de continua incertidumbre. Conocer cómo están siendo capaces de resistir y qué necesidades tendrán en el corto y medio plazo para facilitar este proceso de resistencia en el mercado, será otro de los objetivos de esta guía.

Con esta guía, Turisme Comunitat Valenciana busca orientar a **los apartamentos turísticos** para establecer una hoja de ruta que les permita adecuar sus diferentes líneas de trabajo para cubrir las necesidades que **los apartamentos turísticos** puedan tener vinculadas a la digitalización, la sostenibilidad y su capacidad competitiva.

1 Metodología

El proceso de redacción de la guía para la empresa turística 3.0 de la Comunitat Valenciana en relación a las competencias digitales, sostenibilidad y competitividad, se ha llevado a cabo a partir de un proceso inicial de análisis de la situación de partida de la tipología de **Apartamentos Turísticos**.

A tal efecto, se han analizado diferentes estudios y documentos entre los que pueden destacarse el estudio sobre el estado de digitalización de las empresas y Administraciones Públicas españolas elaborado por VODAFONE o el Estudio de competencias digitales en la empresa española elaborado por Kantar Milwardbrown para ICEMD/ESIC.

Con mayor profundidad se ha trabajado el estudio de digitalización, sostenibilidad y competitividad en las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana, elaborado por Invat-tur en 2021, del que se han extractado las principales conclusiones del diagnóstico y que serán expuestas de manera desagregada en los distintos apartados del diagnóstico para la tipología de **Apartamentos Turísticos**.

2

Cómo usar esta guía

Esta guía está ordenada para facilitar que el empresario y/o profesional de la tipología **Apartamentos Turísticos** de la Comunitat Valenciana encuentre soluciones con las que mejorar su nivel de apuesta tecnológica, su gestión medioambiental y su competitividad.

En los primeros puntos de la guía, se evidencia la situación de partida que la tipología **Apartamentos Turísticos** de la Comunitat Valenciana presenta en relación a:



Digitalización



Sostenibilidad y responsabilidad social



Competitividad

En la segunda parte del Manual, y partiendo de las principales debilidades que para cada ámbito de análisis presenta la tipología **Apartamentos Turísticos**, se establecen los principales objetivos a alcanzar tanto en lo vinculado a digitalización, sostenibilidad como a competitividad.

En el último punto de la guía se incluye una propuesta de soluciones vinculadas a mejorar su situación de partida en relación a la sostenibilidad, la competitividad o la digitalización.

Estas acciones se ordenarán respondiendo a la siguiente matriz:

	Sostenibilidad y Responsabilidad Social	Competitividad	Digitalización
Soluciones Tecnológicas			
Formación			

Las fichas de acción ordenadas por tipología empresarial y áreas (sostenibilidad, competitividad y digitalización) cuentan con los siguientes apartados de información

- Título de la acción
- Descripción:
- Inversión: (baja, media, alta)

3 Diagnóstico

Para la realización del presente diagnóstico se han utilizado datos extraídos del informe presentado por Turisme Comunitat Valenciana en el año 2021 sobre DIGITALIZACIÓN, SOSTENIBILIDAD Y RESILIENCIA EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA vinculados a la tipología de **Apartamentos Turísticos** en relación a la sostenibilidad, digitalización y competitividad.



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

1

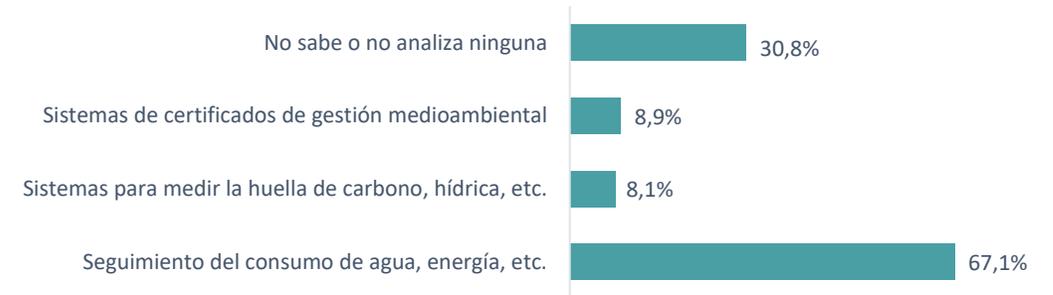
ACCIONES REALIZADAS PARA EL FOMENTO DE LA SOSTENIBILIDAD



- La adopción de buenas prácticas medioambientales es la medida para el fomento de la sostenibilidad más empleada por esta tipología seguida de desarrollo de acciones de incitación al cliente a colaborar en una iniciativa sostenible.
- Como en el caso de la tipología hotelera, la asistencia a los cursos medioambientales cuenta con capacidad de crecer como medida para fomentar la sostenibilidad entre los propietarios y gestores de apartamentos turísticos.

2

ANÁLISIS DEL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL

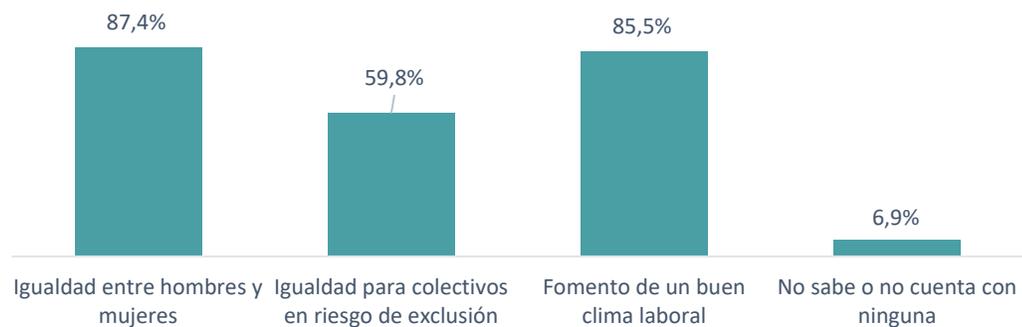


- Más de la mitad de los apartamentos turísticos realizan seguimiento de su consumo de agua, energía, etc. como medidas de análisis del impacto medioambiental, sin embargo tan solo un 8% realiza acciones de medición de su huella de carbono o implanta sistemas de certificación en gestión medioambiental.



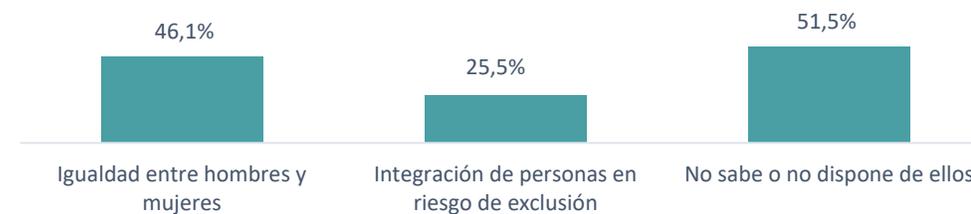
SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

3 MEDIDAS LABORALES IMPLANTADAS



- Aún cuando un elevado número de los gestores de apartamentos turísticos (87%) toma medidas para favorecer la igualdad entre mujeres y hombres, este porcentaje disminuye en casi 30 puntos en lo relativo a las de integración de colectivos en riesgo de exclusión.

4 DISPONIBILIDAD DE PLANES DE IGUALDAD E INTEGRACIÓN

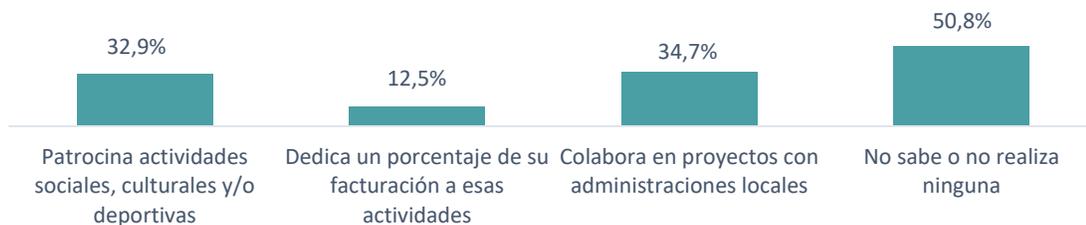


- Es relevante que aun cuando un 90% evidencia que implantaba medidas en esta línea, tan solo 46,1% del total de apartamentos turísticos dispone de planes de igualdad, lo que vuelve a bajar en este caso al 25,5% en lo relativo a la disponibilidad de planes de integración de personas en riesgo de exclusión.



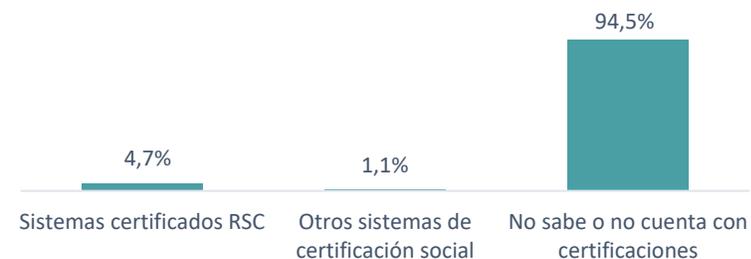
SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

5 MEDIDAS SOCIALES IMPLANTADAS



- La colaboración en proyectos con entidades sociales, seguido del patrocinio de actividades sociales, culturales y/o deportivas son las medidas sociales más implantadas por la tipología de apartamentos turísticos
- Existe una considerable necesidad de incrementar la información en materia de medidas sociales entre los gestores de apartamentos, ya que más del 50% de estos no sabe o no implanta ninguna medida social.

6 CERTIFICACIONES SOCIALES



- Casi el total de los apartamentos turísticos (94,5%) no posee certificaciones sociales que permitan evidenciar sus políticas en esta materia o evidencian desconocimiento sobre su existencia. Tan solo casi un 5% indicó que disponía de sistemas de RSC implantados en sus empresas, cuestión que, como en el caso de la oferta hotelera, es la más baja dentro de las políticas vinculadas con la gestión medioambiental del resto de tipologías analizadas.



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

ADSCRIPCIÓN A ASOCIACIONES TURÍSTICAS

(ASOCIACIONISMO)

50,7%

La mitad de los apartamentos de uso turístico está adscrito a alguna asociación turística, porcentaje bajo en comparación con otras tipologías analizadas.

ÍNDICE MEDIO DE SOSTENIBILIDAD

Índice medio de sostenibilidad ambiental

3,2



Rango de 0 a 7

Índice medio de sostenibilidad sociolaboral

3,0



Rango de 0 a 5

Índice medio de sostenibilidad social comunitaria

0,9



Rango de 0 a 5

- El índice medio de sostenibilidad ambiental y el relativo al sociolaboral cuentan con un importante margen de crecimiento en la tipología de apartamento turístico, lo que en el caso del índice de sostenibilidad social comunitaria es aún más relevante al situarse en menos de 1 sobre 5.



DIGITALIZACIÓN

1

DISPONIBILIDAD DE PÁGINA WEB

83%

Es sorprendente que más de un 15% de la tipología de apartamentos turísticos se comercialice aún sin disponer de web, cuestión que sin duda estará afectando a su competitividad.

2

ÚLTIMO CAMBIO REALIZADO EN LA ESTRUCTURA O DISEÑO DE LA WEB

(FRECUENCIA DE ACTUALIZACIÓN)



- Aún cuando un 83% de los apartamentos dispone de web, casi un 50% de estos lleva entre 1 y 3 años sin realizar cambios, cuestión que sin duda limita su capacidad de posicionamiento en el mercado y competitividad.

3

INVERSIONES REALIZADAS EN VISIBILIDAD



- Las inversiones que realizan los apartamentos turísticos en relación a mejorar su visibilidad online son en general muy bajas, lo que sin duda está condicionando su capacidad competitiva frente al resto de alojamientos turísticos de la Comunitat Valenciana y del resto de destinos nacionales competidores.



DIGITALIZACIÓN

USO DE RRSS PARA COMUNICARSE CON LOS CLIENTES

4

3/4

Es sorprendente que un 25% de estas empresas no estén empleando redes sociales en su estrategia de comunicación con el mercado, lo que unido a ese 15% de empresas sin web, indica que una parte de la oferta de apartamentos turísticos de la Comunitat Valenciana se sitúa tan solo en el mundo offline, condicionando su capacidad competitiva.

RRSS UTILIZADAS PARA COMUNICARSE CON LOS CLIENTES

5



OFERTA SERVICIOS EN BUSCADORES Y COMPARADORES DE PRECIOS

6

3/4

Sigue siendo sorprendente que exista en torno al 25% de empresas que ni disponen de web, ni están en redes o en estos canales, y por tanto basa su estrategia comercial exclusivamente en soluciones offline.

- Facebook y Whatsapp son las RRSS que más emplean los apartamentos turísticos para comunicarse con los clientes, seguido de Instagram, a pesar de ser la que más ha crecido en los últimos años, principalmente entre la demanda más joven, cuestión que sin duda está condicionando su acceso a una parte de la demanda.
- Tan solo un 32,8% cuenta con Google My Business, lo que sin duda limita su capacidad de posicionamiento online por la relevancia que tiene para Google y las estrategias SEO.

DESARROLLO DE CONTENIDOS MULTIMEDIA

7

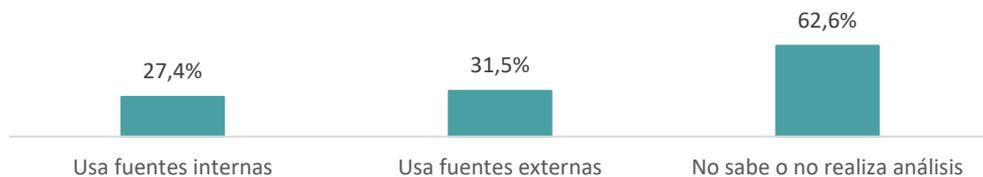
44%

Menos de la mitad de los apartamentos turísticos desarrolla contenidos multimedia, lo que limita su posicionamiento online y la experiencia previa de compra.



DIGITALIZACIÓN

8 REALIZACIÓN DE ANÁLISIS DE MERCADO Y BIG DATA



- Es más que revelador que más del 60% de apartamentos turísticos no sabe o no realiza análisis de mercado ni de big data, esto limita su capacidad competitiva frente al resto de destinos y tipologías de empresas de alojamiento turístico.

10 DISPONIBILIDAD DE PERSONAL ESPECIALIZADO EN DIGITALIZACIÓN

28%

Menos del 30% del total de apartamentos encuestados cuenta con personal especializado en digitalización, lo que puede estar condicionando su capacidad de acceso al mercado.

9 DISPONIBILIDAD DE UN SISTEMA DE GESTIÓN CRM

41,7%

Es un indicador revelador del grado de digitalización de apartamentos turísticos y, además de su capacidad competitiva, que tan solo un 41,7% cuenta con sistema de gestión CRM, lo que sin duda estará limitando su acceso al mercado y la fidelización de clientes.

ÍNDICE MEDIO DE DIGITALIZACIÓN

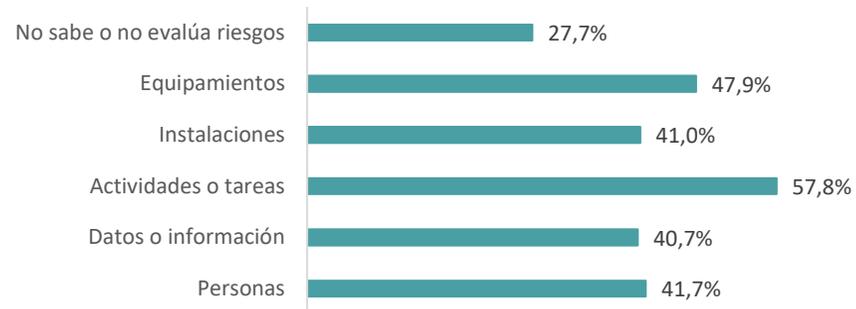
4,5

El índice medio de digitalización de apartamentos de alquiler turístico no llega a la mitad del índice total, lo que sin duda evidencia además una baja capacidad competitiva en un mercado cada vez más digital.



COMPETITIVIDAD

1 RIESGOS EVALUADOS QUE PUEDEN AFECTAR A LOS ACTIVOS DE LA EMPRESA



- En el análisis del apartado de competitividad de los apartamentos turísticos, resulta relevante que, para los empresarios, los riesgos que pueden afectar a los activos de sus empresas son principalmente las actividades o tareas, seguido de la situación de sus equipamientos.
- También es significativo, siguiendo la tendencia evidenciada en las cuestiones anteriores en materia de digitalización, que solo un 40% de las empresas considera un riesgo la gestión de los datos y la información.
- Finalmente, destaca negativamente ver que en torno al 30% trasladó que no sabe o no evalúa ningún riesgo, lo que sin duda deberá estar afectando indirectamente a la competitividad de sus empresas en un mercado tan convulso y dinámico como el turístico y, en especial, el del alojamiento.

2 PLANES PREVENTIVOS GENERADOS PARA MINIMIZAR LOS RIESGOS



- De la cuestión anterior se deriva que los apartamentos que sí están implicados en el desarrollo de planes preventivos, los centran principalmente en la gestión asociada a actividades y tareas, así como en lo relacionado con equipamientos. Pero sin duda existe un elevado margen de mejora en el desarrollo de este tipo de soluciones preventivas.

ÍNDICE MEDIO DE COMPETITIVIDAD

4,2

Para el alquiler de apartamentos turísticos, 4,2 (menos de la mitad) ha resultado ser el índice medio de competitividad turística y resiliencia, lo que sin duda evidencia la limitada capacidad de competitividad que una parte importante de la oferta tiene en el corto y medio plazo en la actual coyuntura del mercado turístico.

4

Los objetivos de las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana

Apartamentos Turísticos



Sostenibilidad y responsabilidad social

La tipología de Apartamentos Turísticos de la Comunitat Valenciana tiene ante sí el reto de incrementar su nivel de sostenibilidad, no solo por alinear sus estrategias con las de Naciones Unidas y sus ODS, sino por asegurar su propia sostenibilidad empresarial.

A tal efecto, la tipología de Apartamentos Turísticos de la Comunitat Valenciana deberá marcarse los siguientes objetivos:



Incrementar el número de soluciones para el ahorro de agua y energía en los alojamientos como base para reducir su huella de carbono y sus costes empresariales.



Aumentar la formación y sensibilización de los empleados y proveedores como base para mejorar su sostenibilidad.



Incorporar un mayor número de herramientas y soluciones tecnológicas que faciliten una relación más sostenible con su entorno.



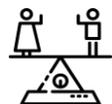
Aumentar el número de Apartamentos Turísticos con certificaciones medioambientales.



Fomentar la colaboración de los clientes en las acciones de mejora de la sostenibilidad turística de los alojamientos.



Comunicar a los clientes las políticas de RSC e igualdad de los Apartamentos Turísticos.



Incrementar el número de Apartamentos Turísticos que, teniendo empleados, cuentan con planes de igualdad redactados e implementados.



Alcanzar un mayor número de Apartamentos Turísticos con planes de RSC.



Competitividad

Entendida como la necesidad de adecuar las Apartamentos Turísticos a las exigencias del actual mercado para garantizar de esta manera su propia supervivencia.

Una cuestión básica en un mercado tan competitivo y convulso como el actual y para el que se marcan los siguientes objetivos:



Incorporar el análisis de riesgos empresariales como base para garantizar la capacidad competitiva de las Apartamentos Turísticos de la Comunitat Valenciana.



Aumentar los niveles de formación de sus propietarios sobre herramientas y metodologías de análisis de riesgos.



Mejorar las infraestructuras y servicios de las Apartamentos Turísticos como estrategia para incrementar su competitividad.



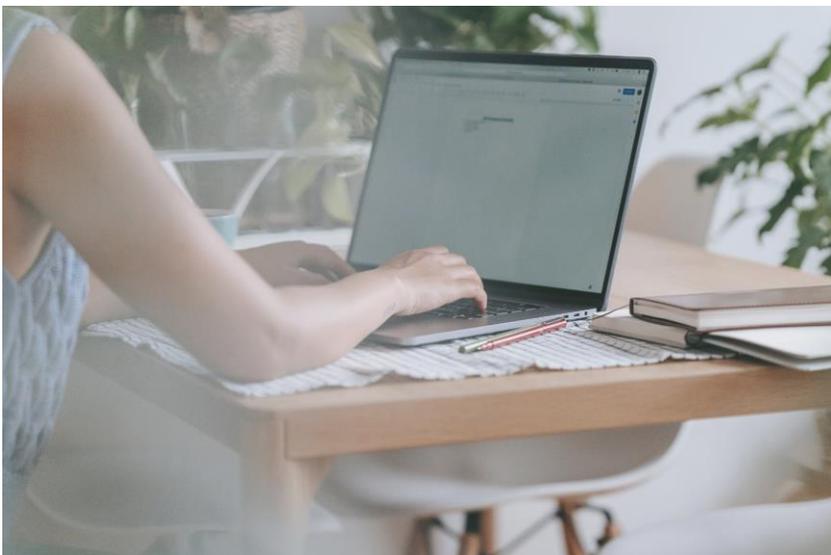
Incorporar herramientas y procesos de trabajo que mejoren la gestión de los datos de las Apartamentos Turísticos como base para incrementar su capacidad competitiva.



Digitalización

Uno de los grandes retos de la tipología de Apartamentos Turísticos en la Comunitat Valenciana es, sin duda, el de la digitalización como base para mejorar su eficiencia empresarial, su capacidad de gestión y de competir en el mercado.

Los objetivos a marcarse en relación a la digitalización serán:



Garantizar que el 100% de los Apartamentos Turísticos de la Comunitat Valenciana disponen de web y de que realizan una actualización, al menos anual, como premisa para facilitar su acceso al mercado.



Aumentar la profesionalización mediante la formación en la gestión de las distintas herramientas de redes sociales, comunicación y comercialización online de los Apartamentos Turísticos.



Incrementar las inversiones de los Apartamentos Turísticos en materia SEO y SEM como base para facilitar su mejor posicionamiento y acceso al mercado.



Incrementar su presencia online a partir de la generación de contenidos multimedia.



Aumentar las acciones de comercialización y de fidelización con clientes a partir de una mayor incorporación de la herramienta CRM.



Incorporar la gestión y el análisis de los datos como base para mejorar su competitividad.

5

Guía para la transformación de las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana

Apartamentos Turísticos



A partir del diagnóstico previo y de la determinación de los objetivos de mejora a alcanzar para la tipología de **Apartamento Turístico**, este apartado propone algunas de las principales soluciones tecnológicas y de formación vinculadas a su digitalización, sostenibilidad y competitividad.

En el primer punto se extraen las principales propuestas de mejora para la tipología de Apartamento Turístico, mientras que en la segunda parte de este punto 5 se incluye una relación de estas propuestas con una descripción y orientación sobre la inversión a considerar para su ejecución.

	 Sostenibilidad y Responsabilidad Social	 Competitividad	 Digitalización
 Soluciones Tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cálculo de huella de carbono ✓ Gestión inteligente de consumos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión de análisis riesgos y contingencias ✓ Ciberseguridad 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Web corporativa ✓ Gestión de campañas ✓ Gestor de redes sociales ✓ Channel Managers ✓ Customer Relationship Management ✓ Email marketing ✓ Sistemas de Analítica de Datos (Big Data) ✓ Servicios en la nube ✓ Motores de reserva ✓ Conectividad a la red ✓ Reputación online
 Formación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sostenibilidad medioambiental y social ✓ Comunicación de prácticas sostenibles ✓ Certificados medioambientales y sociales ✓ Gestión de la igualdad laboral ✓ Economía circular ✓ Gestión de la accesibilidad ✓ Adaptación al cambio climático 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión de la ciberseguridad ✓ Planes de contingencia ✓ Blockchain 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión de sitios webs ✓ Branded content ✓ Gestión de redes sociales ✓ Gestión y análisis de SEO y SEM ✓ Revenue Management ✓ Gestión de herramientas en la nube



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



Cálculo de huella de carbono

1

Objetivo: Conocer y reducir la huella de carbono producida por los apartamentos turísticos

Solución

Implantar una herramienta de software dirigida al cálculo de la totalidad de gases de efecto invernadero emitidos (GEI) por efecto directo o indirecto por los apartamentos turísticos.

El análisis de huella de carbono proporciona como resultado un dato que puede ser utilizado como indicador ambiental global de la actividad que desarrolla el alojamiento. La huella de carbono se configura así como punto de referencia básico para el inicio de actuaciones de reducción de consumo de energía y para la utilización de recursos y materiales con mejor comportamiento medioambiental.

Inversión Baja: hasta 12.000€



Solución tecnológica



Gestión inteligente de consumos

2

Objetivo: Controlar, medir y racionalizar los consumos energéticos, de agua y residuos de los apartamentos turísticos

Solución

Se recomienda la aplicación de soluciones smart grids o redes inteligentes que consisten en un sistema de distribución de energía moderno y avanzado que combina instalaciones tradicionales con nuevas tecnologías de monitorización y sensores. Esta tecnología se basa en modelos de Inteligencia Artificial, así como en sistemas de información y telecomunicaciones capaces de medir, comunicar y controlar en tiempo real los consumos de agua, energía, residuos o aire con los objetivos de ahorrar y alcanzar un consumo eficiente y sostenible. De esta manera, el propietario del apartamento turístico podrá disponer en tiempo real de la información de sus costes energéticos, de agua y residuos con los que poder gestionar acciones de mejora para su reducción.

Inversión Media: entre 12.001 y 30.000 €



Solución tecnológica



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



Sostenibilidad medioambiental y social

3

Objetivo: Sensibilizar a los apartamentos turísticos sobre sostenibilidad medioambiental y social

Solución

Se aconseja la asistencia a sesiones de formación para conocer y contextualizar los conceptos de sostenibilidad, desarrollo sostenible o responsabilidad social. Es recomendable encuadrar las cuestiones relativas a la sostenibilidad medioambiental, social y gobernanza en el trabajo de los apartamentos turísticos, así como implementar medidas con las que poder alcanzar los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible, Agenda 2030 de Naciones Unidas) como parte de la estrategia empresarial.

Inversión : Baja: hasta 12.000€



Formación



Comunicación de prácticas sostenibles

4

Objetivo: Mejorar la comunicación de las empresas de apartamentos turísticos en materia de prácticas sostenibles

Solución

Las empresas de apartamentos turísticos requieren definir un plan de comunicación donde se analicen e identifiquen las prácticas en sostenibilidad para, posteriormente, comunicarlas de manera eficiente, clara y transparente. Es necesario aprender, en este sentido, la relación de los conceptos de sostenibilidad y responsabilidad social con los procesos de comunicación intrínsecos del alojamiento y cómo gestionar la comunicación a través de un visión integral y estratégica de la sostenibilidad. De esta manera podrá implicarse a los clientes en la mejora de la relación medioambiental de su actividad y su entorno.

Inversión : Baja: hasta 12.000€



Formación



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



Certificados medioambientales y sociales

5

Objetivo: Impulsar la obtención de certificados medioambientales y sociales en apartamentos turísticos

Solución

Como paso previo a la implantación, es necesario conocer las alternativas y diferencias entre las certificaciones disponibles en el mercado en materia medioambiental y social para seleccionar aquellas vinculadas a su realidad de negocio y público objetivo. Las certificaciones ambientales se basan en la incorporación de criterios medioambientales en la gestión empresarial como la eficiencia energética, empleo de energía renovables, minimización de emisión de gases de efecto invernadero o la adecuada gestión de residuos como, por ejemplo, las certificaciones de la familia ISO 14.000, EMAS o Forestal FSC. Las certificaciones sociales consideran aspectos como los derechos laborales, la calidad del empleo, grupos sociales específicos o la igualdad de oportunidades y accesibilidad como las certificaciones ISO 25.000, SA 8.000 o ISO 45.000.

Inversión Baja: hasta 12.000€



Formación



Gestión de igualdad laboral

6

Objetivo: Erradicar la discriminación de género y la desigualdad en el entorno laboral

Solución

La aplicación de Planes de Igualdad en las empresas se convierte en una necesidad que requiere convertirlos en un conjunto de medidas prácticas efectivas y eficaces para la erradicación de la discriminación por razón de sexo en el trabajo. La formación se dirige a identificar las principales problemáticas que deben ser abordadas y ofrecer alternativas preventivas que eviten la brecha de género en el ámbito laboral. A partir de estas problemáticas se deben definir y comunicar los Planes de Igualdad.

Inversión Baja: hasta 12.000€



Formación



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



7 Economía circular

Objetivo: Estimular la implantación de medidas de economía circular en apartamentos turísticos

Solución

Es necesario aprender los conceptos y prácticas incluidos bajo la economía circular. Esta corriente de gestión pretende cambiar el modelo de producción y consumo basado en usar y tirar, por un modelo que se parezca al sistema circular del ciclo biológico de la naturaleza, optimizando la utilización y vida útil de recursos y la minimización de residuos aplicando, al menos, los principios de Reducir, Reutilizar, Reciclar, Rediseñar y Reparar.

Inversión Baja: hasta 12.000€



Formación



8 Gestión de la accesibilidad

Objetivo: Mejorar la accesibilidad integral de los apartamentos turísticos

Solución

La visión amplia de la sostenibilidad requiere implantar un sistema de gestión de la accesibilidad universal (cognitiva, física y sensorial) en las empresas turísticas como, por ejemplo, el propuesto por la norma UNE 170.001. Estos sistemas deben demostrar la capacidad de las empresas para proporcionar y mantener entornos accesibles que satisfagan los requisitos legales y reglamentarios aplicables y los requisitos específicos cuando aspira a aumentar la accesibilidad de sus entornos a través de la aplicación eficaz del sistema.

Inversión Media: entre 12.001 y 30.000€



Formación



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



Adaptación al cambio climático

Objetivo: Fomentar la implantación de una estrategia para la adaptación al cambio climático en apartamentos turísticos

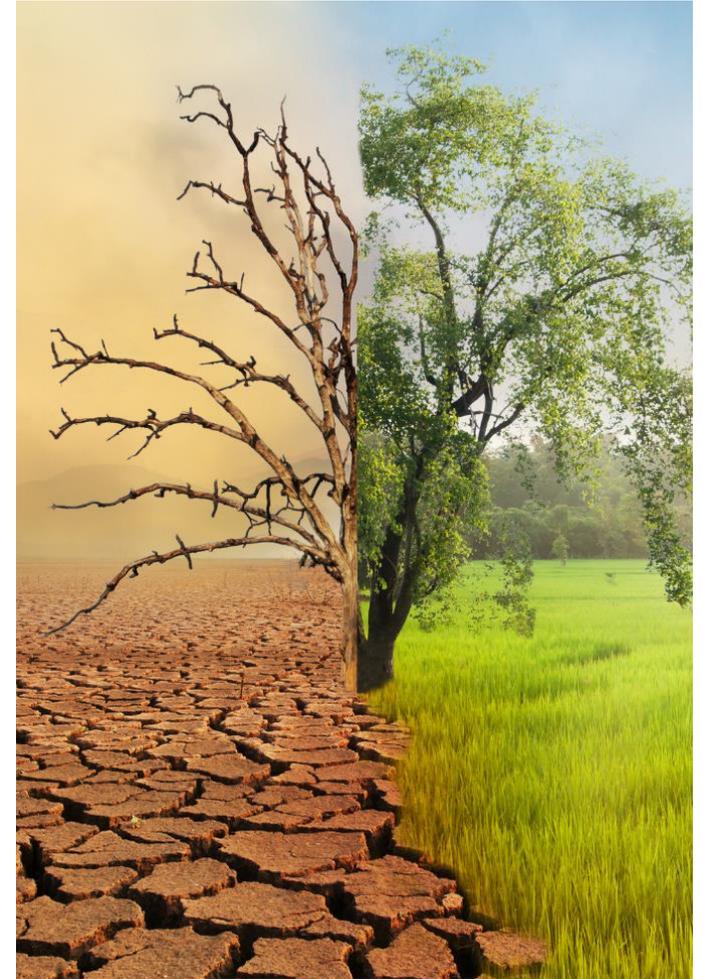
Solución

Los apartamentos turísticos deben analizar los principales indicadores de consumos vinculados a la emisión de CO2 de sus instalaciones, fuentes energéticas, equipamientos de frío/calor y electrodomésticos etc., al objeto de poder evidenciar puntos de mejora. A partir de este proceso de evaluación, implementar medidas de reducción del impacto de su huella de carbono como; cambios de sistemas de iluminación led, electrodomésticos de bajo consumo, mejora de los aislamientos y cerramientos, incorporación de sistemas de generación eléctrica o calefacción de bajo impacto, etc.. La participación en programas formativos por parte del personal y en especial de los vinculados con el mantenimiento, permitirá en el corto plazo desarrollar acciones que mejoren esta seste proceso.

Inversión Baja: hasta 12.000€



Formación





COMPETITIVIDAD



Gestión de análisis de riesgos y contingencias

10

Objetivo: Minimizar los riesgos que puedan afectar la continuidad de la actividad de negocio de las empresas de apartamentos turísticos

Solución

Los apartamentos turísticos, deben estar preparadas, protegerse y reaccionar ante posibles incidentes de seguridad que pudieran dañar la capacidad operativa o hacer peligrar la continuidad del negocio. En este sentido, deben ser capaces de dar una respuesta rápida y eficaz ante cualquier contingencia grave, de manera que puedan recuperar la actividad normal en un plazo de tiempo tal que no se vea comprometido la totalidad del negocio. Para ello, se debe definir un Plan de Contingencia y Continuidad de su apartamento, donde regular los mecanismos a poner en marcha en caso de incidentes graves. Estos mecanismos ayudarán a mantener el nivel de servicio en unos límites predefinidos, establecerán un periodo de recuperación mínimo, para volver con la mayor premura a la situación inicial anterior al incidente, analizarán los resultados y los motivos del incidente, y evitarán la interrupción de las actividades corporativas. De esta manera se profesionalizarán aún más los alojamientos independientemente de los cambios de personal o de gestor.

Inversión Media: entre 12.001 y 30.000 €



Solución tecnológica



Ciberseguridad

11

Objetivo: Fortalecer la ciberseguridad en apartamentos turísticos

Solución

En el actual escenario de negocio, la gestión de la ciberseguridad adquiere un papel fundamental para que el proceso de transformación digital no suponga un riesgo para las empresas. Cada apartamento turístico debe analizar las principales amenazas de ciberseguridad a las que están expuestas y, a partir de estos resultados, deben abordar y detallar los principales aspectos a tener en cuenta en materia de ciberseguridad dentro de su negocio, destacando las distintas medidas y herramientas necesarias para proteger la información que gestionan y transmitir de este modo una imagen positiva de la empresa entre sus clientes y proveedores. Problemas que pueden afectar a sus datos, a los sistemas de gestión, a su web, a la suplantación de identidad o a sus perfiles en redes.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



COMPETITIVIDAD



Gestión de la Ciberseguridad

12

Objetivo: Sensibilizar sobre la necesidad de adoptar medidas de ciberseguridad en apartamentos turísticos

Solución

Los gestores de apartamentos turísticos deben conocer el alcance y alternativas de la gestión de la ciberseguridad. Este campo abarca amenazas al hardware, cuidado de información confidencial, cuidado de software y datos de los ordenadores, incluidos robo, piratería, virus, ataques a bases de datos o incluso nuevas tecnologías y más, dependiendo del tipo de ataque. Los ataques cibernéticos son cada vez más comunes, ya los antivirus no son suficientes, los cibercriminales implementan ingeniería social, los emails con phishing atacan millones de emails diariamente, los hackers también incorporan software malicioso en los sitios web. Por eso es importante que los apartamentos turísticos implementen soluciones que les protejan de estos ataques.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Formación



Planes de contingencia

13

Objetivo: Enseñar a las empresas de apartamentos turísticos a elaborar planes de contingencia

Solución

Con carácter previo o simultáneo a su realización, los apartamentos turísticos deben conocer las fases para elaborar un plan de contingencias. Entre estos conocimientos debe incluirse la adquisición de criterios para identificar las contingencias a tener en cuenta, aprender a valorar las contingencias del negocio, adquirir habilidades para elaborar un plan de contingencias a la continuidad del negocio que ayude a hacer frente a las posibles interrupciones del negocio ante circunstancias imprevistas y tener criterios para mantener actualizado el plan de contingencias a la continuidad del negocio. Estos planes considerarán la realidad de recursos humanos de los apartamentos turísticos y las estructuras de gestión tan personalizadas.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Formación



COMPETITIVIDAD



14 Blockchain

Objetivo: Concienciar a los apartamentos turísticos acerca de los nuevos métodos de pago virtual

Solución

La irrupción de criptomonedas como medio de pago supone una oportunidad para las empresas que están buscando nuevas fuentes de ingresos, permanecer en la vanguardia de las últimas tecnologías, reducir los gastos de operación o atraer a nuevos clientes. En este sentido, las empresas turísticas requieren realizar una integración segura de este nuevo medio de pago en sus sistemas.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Formación





DIGITALIZACIÓN



15 Desarrollo de web corporativa

Objetivo: Conseguir que la totalidad de apartamentos turísticos cuenten con web corporativa

Solución

Cualquier negocio turístico requiere tener presencia en Internet y es, de hecho, uno de los objetivos transversales comunes a cualquier tipología de empresa del sector turístico.

Una página web corporativa es un instrumento imprescindible para llegar al mercado, provocar visitas y generar ventas. En función de la estrategia empresarial, estas webs podrán disponer de sistemas de reserva online con los que poder cerrar el proceso de venta.

Las webs corporativas deben transmitir la esencia del apartamento turístico en términos de imágenes, colores corporativos, estilo, tipografía, contenidos, etc. Además, deben incorporar vínculos a los perfiles de redes sociales en las que el alojamiento tenga presencia. Estas webs deben además mantenerse y actualizarse de manera constante para mejorar su SEO.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



16 Gestión de campañas online

Objetivo: Aumentar las competencias y capacidades de los gestores de apartamentos turísticos en la planificación de campañas online

Solución

El aumento de la complejidad de la planificación y ejecución de campañas online provoca la necesidad de incorporar herramientas que ayuden a las empresas turísticas en esta tarea. En este sentido, existen soluciones de administración de campañas que utilizan los equipos de marketing para colaborar, planificar y realizar un seguimiento de las campañas en un solo lugar.

Estas aplicaciones pueden vincularse o integrarse dentro de soluciones más amplias de automatización del marketing para realizar acciones de marketing de forma automatizada y detectar de forma automática los clientes que están más preparados para recibir una oferta comercial o cerrar una venta.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



DIGITALIZACIÓN



Gestor de redes sociales

17

Objetivo: Aumentar la capacitación del gestor de apartamentos turísticos en la gestión de redes sociales

Solución

El aumento de redes sociales y la necesidad de mantener activos los perfiles donde los apartamentos turísticos tienen presencia requiere de una planificación y dedicación que puede simplificarse con apoyo en herramientas y aplicaciones de gestión de las redes sociales que permiten ahorrar tiempo, monitorizar las acciones propias y de la comunidad, medir la efectividad de las campañas y optimizar la gestión de la empresa, pudiendo obtener unos mejores resultados.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



Channel Managers

18

Objetivo: Mejorar la comercialización de los apartamentos turísticos

Solución

Los Channel Managers o gestores de canales permiten la distribución automatizada de los alojamientos en plataformas e intermediarios donde los viajeros pueden reservar. Cuanto mayor es el volumen de habitaciones del establecimiento (o apartamentos completos) y cuanto mayor es la presencia en canales de distribución, mayor es la recomendación para implantar esta herramienta en un apartamento turístico. Sin duda es una solución imprescindible en el actual mercado turístico, incluso para los apartamentos turísticos que deben trabajar con precios dinámicos. Esta herramienta permite optimizar los tiempos de trabajo de los propietarios, incrementar su capacidad competitiva con la adecuación de precios y trabajar con amplios números de intermediarios

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



DIGITALIZACIÓN



Customer Relationship Management - CRM

19

Objetivo: Optimizar la gestión de los clientes de los apartamentos turísticos

Solución

El CRM se refiere al conjunto de prácticas, estrategias de negocio y tecnologías enfocadas en la relación con el cliente. El CRM es todo el proceso utilizado por las empresas turísticas para administrar y analizar las interacciones con clientes, anticipar necesidades y deseos, optimizar la rentabilidad, aumentar las ventas y personalizar campañas de captación de nuevos clientes. Trabajar con clientes fidelizados es sin duda positivo para un apartamento turístico, realizar acciones de comunicación con clientes ya fidelizados de una manera inteligente será mucho más sencillo que atraer nuevos clientes. Disponer de una información ordenada sobre procedencia, fórmula de viaje y algunas de sus motivaciones permitirán desarrollar acciones de email marketing de manera inteligente.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



Email Marketing

20

Objetivo: Mejorar las competencias del email marketing en las empresas de apartamentos turísticos con uso comercial

Solución

Las soluciones de email marketing o mailing se utilizan para enviar mensajes con la finalidad, entre otros objetivos, de adquirir nuevos clientes, desarrollar la relación con los actuales, crear lealtad, interactuar con los contactos, aumentar ventas, generar confianza hacia un servicio o producto, confirmar una orden de compra, etc.

Dependiendo del tamaño o tipología de empresa turística, la herramienta de email marketing puede contratarse de manera independiente o bien puede estar integrada en el CRM u otras herramientas de la empresa. Existen además herramientas de email marketing sin coste o de coste reducido para las dimensiones de bases de datos que emplean los apartamentos turísticos.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



DIGITALIZACIÓN



Sistemas de Analítica de Datos (Big Data)

21

Objetivo: Incrementar la toma de decisiones basadas en datos por parte de los apartamentos

Solución

La Inteligencia Artificial, la tecnología móvil, las redes sociales y el Internet de las Cosas (IoT) están disparando la complejidad de los datos y generando nuevas formas y orígenes de los mismos. La analítica de Big Data es el uso de técnicas de analítica avanzada en grandes conjuntos de datos diversos, que incluyen datos estructurados, semi-estructurados y no estructurados, de distintos orígenes y en distintos tamaños. En el sector turístico su principal utilidad es anticipar la demanda turística y adoptar decisiones operativas y comerciales de acuerdo a este análisis. La gestión de esta información es relevante incluso para un apartamento turístico, existen herramientas de bajo coste que permiten disponer de un cuadro de mando donde se visualizan todos los datos de evolución de la demanda en función de nuestros intereses para poder anticipar decisiones de precio o de gestión.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



Servicios en la nube

22

Objetivo: Impulsar la diversificación de proveedores y servicios que ofrece la nube

Solución

Los servicios en la nube o de cloud computing son todas las infraestructuras, las plataformas, las tecnologías o los sistemas de software a los que acceden los usuarios a través de Internet sin tener que descargar software adicional y cuyo coste está asociado a su uso. Estos servicios facilitan el acceso a la información desde diferentes ordenadores o smartphones, además minimizan los problemas de seguridad aumentando el acceso a la recuperación de la información ante posibles problemas. La mayoría de las soluciones propuestas en esta guía, como ciberseguridad, channel managers, CRM, Big Data, etc. trabajan en la nube para facilitar el acceso desde diferentes terminales y la actualización continuada de los datos.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



DIGITALIZACIÓN



Motores de reserva

23

Objetivo: Aumentar las reservas directas en apartamentos turísticos

Solución

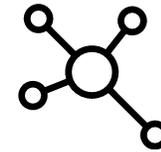
Los motores de reservas de empresas de alojamiento o actividades es una aplicación que se integra en los sitios web y en los perfiles de las redes sociales de los alojamientos para capturar y procesar las reservas directas en tiempo real.

Se encuadra dentro de la estrategia de comercialización directa de las empresas del sector turístico, el cual acostumbra a estar altamente intermediado, incluso en la tipología de apartamento turístico. Es fundamental disponer de una de estas herramientas para poder agilizar el proceso de contratación, también provocan confianza en el cliente final y, si se vinculan al Channel Manager, facilitarán el trabajo de gestión de precios y ocupaciones al poder trabajar con varios canales de comercialización.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



Conectividad a la red

24

Objetivo: Extender la conexión a la red en apartamentos turísticos

Solución

Es importante para los apartamentos turísticos incorporar valores añadidos a su oferta, entre los que se encuentra la conexión a la red, en especial, mediante WiFi. Es preciso tener en cuenta que un alto porcentaje de usuarios buscarán si el establecimiento donde quieren reservar dispone de una buena conexión, incluso en el medio rural. Es una oportunidad que se debe aprovechar para atraer más clientes.

Soluciones que permiten ofrecer al cliente mejores experiencias y a la empresa la mejor herramienta de gestión y control. Desde el servicio WiFi al diseño de circuitos cerrados de televisión, redes independientes de clientes y empleados o sistemas más complejos.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



DIGITALIZACIÓN



Reputación online

25

Objetivo: Conocer la valoración de los turistas sobre los apartamentos turísticos

Solución

Se recomienda que la gestión de redes sociales se acompañe del análisis de la reputación online del apartamento turístico y de la monitorización de redes sociales a través de la escucha activa. Mediante esta herramienta se consigue la identificación de comentarios negativos o positivos. Es importante para los apartamentos turísticos conocer la opinión de su demanda y el análisis de estos comentarios para realizar mejoras o reforzar aquellas cuestiones mejor valoradas. Es imprescindible que los apartamentos turísticos dispongan de perfiles propios en los principales sitios de prescripción y se realice un mantenimiento continuado, respondiendo a los comentarios.

Inversión

Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica





DIGITALIZACIÓN



26 Gestión de sitios webs

Objetivo: Aumentar las competencias técnicas de los apartamentos turísticos para la gestión de las webs

Solución

Es necesario que las webs se perciban como elementos vivos. En este sentido, los gestores de los apartamentos turísticos deben aprender a gestionar el contenido de su propia página, como cambiar textos, añadir noticias o servicios de forma autónoma y de la mejor forma posible. Igualmente, deben aprender a planificar la agenda, comunicarla e integrar las redes sociales. Adecuar las imágenes a las diferentes estaciones, incorporar propuestas de experiencias de consumo en el corto y medio plazo. Este proceso debe llevarse a cabo no solo por el SEO vinculado a Google y a sus criterios de actualización, sino por aportar valor constante a su demanda potencial.

Inversión Baja: hasta 12.000€



Formación



27 Branded Content

Objetivo: Enseñar a los gestores de los apartamentos turísticos a elaborar Branded Content

Solución

Se recomienda la asistencia a sesiones de formación sobre Branded Content. Por Branded Content se entienden aquellos contenidos que entretienen, informan o inspiran generados por las empresas turísticas y que tienen interés o relevancia para el público. Son comunicaciones que se vinculan con lo que la empresa quiere mostrar unidas a lo que los viajeros quieren ver. Es, por tanto, una forma de publicidad que no interrumpe al usuario mientras está consumiendo otro contenido, sino que es buscada directamente por éste. Gran cantidad de este contenido, en el caso de apartamentos turísticos, estará vinculado a las propuestas de experiencias que pongan en mercado, a los eventos que sucederán en el medio plazo en sus destinos o a propuestas de recursos y oferta de su área de influencia a proponer. El contenido deberá alinearse con la estrategia de productos a posicionar ya que influirá a través del SEO en su posterior posicionamiento.

Inversión Media: entre 12.001 y 30.000 €



Formación



DIGITALIZACIÓN



Gestión de redes sociales

Objetivo: Mejorar el conocimiento de los gestores de apartamentos turísticos en la gestión de redes sociales

Solución

En el actual escenario turístico se requiere aprender a planificar, medir y optimizar los resultados en las redes sociales. En este sentido, es preciso aprender los principios de la administración de una comunidad online activa, conocer a fondo las estrategias, aprovechar todo su potencial y segmentar para llegar a los públicos objetivo. Gracias a las redes sociales los gestores de apartamentos turísticos pueden conseguir información sobre sus clientes, pudiendo interactuar directamente con ellos. Es importante que los alojamientos conozcan los momentos de toma de decisión de sus clientes para actuar sobre ellos con antelación. Las redes sociales de estos alojamientos deben contener tan solo información sobre el alojamiento o su entorno sin incorporar posts o comentarios de ámbito personal.

Inversión Baja: hasta 12.000€



Formación



Gestión y análisis de SEO y SEM

Objetivo: Enseñar a los gestores de apartamentos turísticos a gestionar las herramientas SEO y SEM

Solución

La optimización del posicionamiento en buscadores por parte de los apartamentos turísticos requiere el aprendizaje de las claves para conseguir posicionar el sitio web de forma natural u orgánica (SEO) o por medio de pago o patrocinio (SEM), en las primeras posiciones de los buscadores. Implementar campañas SEM y trabajar el SEO con profesionales les ayudará en el proceso de posicionamiento en el mercado. Es importante conocer las motivaciones de consumo y las palabras clave que emplean sus clientes objetivo para poder ejecutar una adecuada estrategia SEO y SEM. Trabajar en clave de experiencias turísticas, les permitirá incorporar palabras clave alineadas con las motivaciones de sus clientes más allá de solamente el alojamiento.

Inversión Media: entre 12.001 y 30.000 €



Formación



DIGITALIZACIÓN



Revenue Management

30

Objetivo: Incrementar la rentabilidad de los alojamientos turísticos

Solución

Los apartamentos turísticos pueden aumentar su rentabilidad mediante el diseño de estrategias de precio que maximicen sus beneficios. Para conseguir este objetivo es necesario que se aprenda a gestionar los ingresos actuando sobre la optimización de tarifas, la predicción del comportamiento del consumidor, el control de la distribución en los canales, la previsión de demanda y la evaluación de los datos de mercado y clientes para mejorar ingresos. Además de incrementar su formación, los profesionales de los alojamientos turísticos pueden incorporar estrategias de gestión del precio para las que necesitarán herramientas online de revenue management.

Inversión Baja: hasta 12.000€



Formación



Gestión de herramientas en la nube

31

Objetivo: Aumentar el conocimiento de las opciones profesionales de los servicios en la nube

Solución

La posibilidad de trabajar en la nube requiere que los propietarios y profesionales de la gestión de los apartamentos turísticos adquieran los conocimientos necesarios que les permitan aprovechar las ventajas que la nube ofrece. Se recomienda conocer las herramientas online que ofrecen posibilidades para almacenar datos o trabajar, compartir el trabajo y crear contenidos en grupo, con herramientas colaborativas de edición y gestión, almacenaje de datos, CRM, etc. Por último, es igualmente importante identificar y minimizar los problemas de seguridad.

Inversión Media: entre 12.001 y 30.000 €



Formación

©2022 –Turisme Comunitat Valenciana

invattur@gva.es

invattur.es

Redacción, diseño y maquetación

Soluciones Turísticas



soluciones **turísticas**
consultoria & marketing