A man and a woman are standing in front of a large, ornate Gothic cathedral. The man is holding a camera up to take a selfie of the couple. The woman is wearing a yellow jacket and a patterned skirt. The man is wearing an orange jacket and blue jeans. The cathedral has many arches and intricate stonework. The scene is outdoors and appears to be a popular tourist spot.

GUÍA PARA LA EMPRESA TURÍSTICA 3.0

Guías



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 **Guías** para establecer una hoja de ruta que les permita adecuar sus diferentes líneas de trabajo para cubrir las necesidades que los **Guías** 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 **Guías**.

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 **Guías**.

2

Cómo usar esta guía

Esta guía está ordenada para facilitar que el empresario y/o profesional de la tipología **Guías** 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 **Guías** 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 **Guías**, 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			

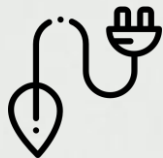
Las fichas de acción ordenadas por tipología empresarial y áreas (sostenibilidad, competitividad y digitalización) cuentan con los siguientes apartados de información

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

3 Diagnóstico

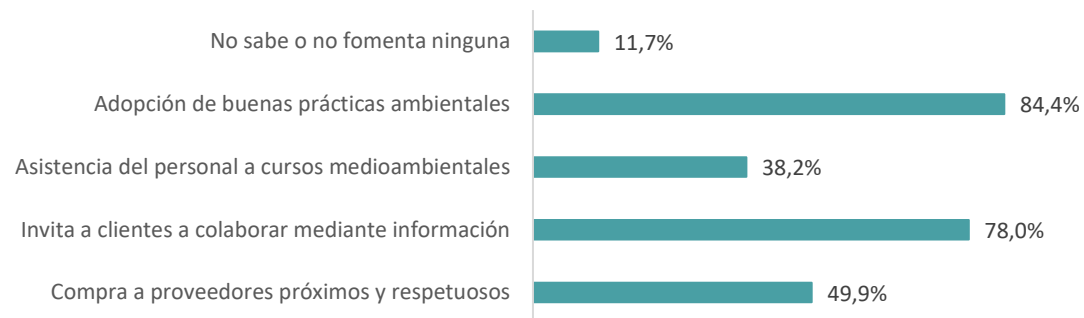
Para la realización del presente diagnóstico se han utilizado datos extraídos del informe presentado por Turisme Comunitat Valenciana en el año 2021 sobre DIGITALIZACIÓN, SOSTENIBILIDAD Y RESILIENCIA EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA vinculados a la tipología de **Guías** en relación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





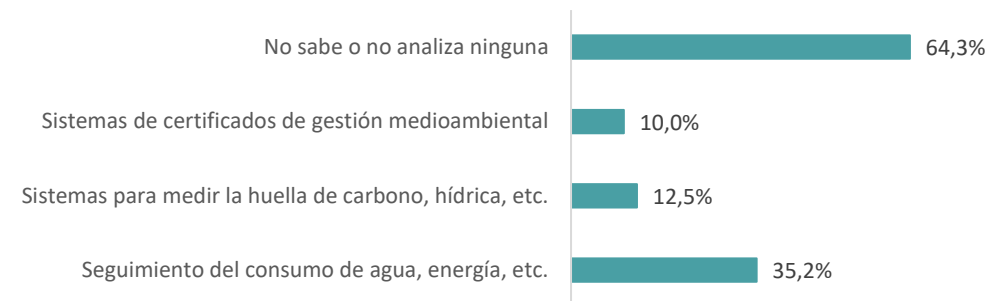
SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

1 ACCIONES REALIZADAS PARA EL FOMENTO DE LA SOSTENIBILIDAD

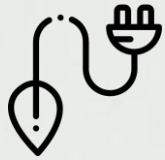


- Los guías turísticos de la Comunitat Valenciana tienen la adopción de buenas prácticas ambientales como la principal acción para el fomento de la sostenibilidad (más de un 84,4% de los guías así lo ha determinado).
- Un 78% de los guías invita a sus clientes a colaborar en buenas prácticas medioambientales mediante información. Asimismo, casi un 50% de los encuestados compra a proveedores próximos y respetuosos.
- Un 38,2%, porcentaje relativamente reducido, fomenta la asistencia de sus empleados a cursos medioambientales.

2 ANÁLISIS DEL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL

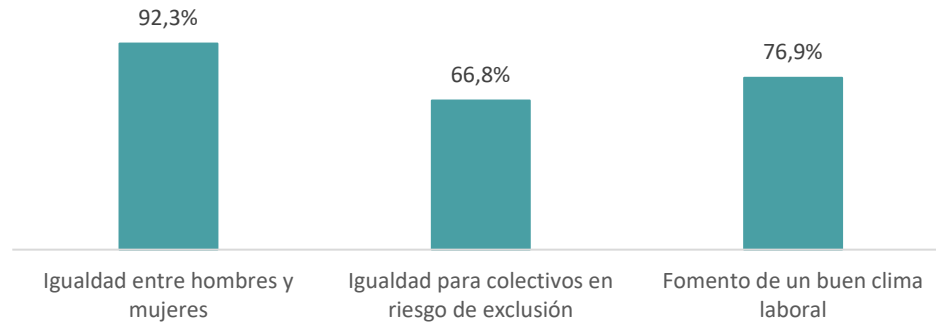


- Al igual que en el resto de las tipologías de empresas analizadas, el principal análisis de impacto medioambiental que realizan los guías es sobre el consumo de agua y energía en sus instalaciones.
- Los guías valencianos prácticamente no poseen certificados de gestión medioambiental (solo un 10% del total) y no utilizan sistemas para medir la huella de carbono o hídrica, tan solo un 12,5% indica que lo hace.
- Casi un 64% de estas empresas no realiza ningún análisis de impacto medioambiental, porcentaje más elevado que la media de tipologías.



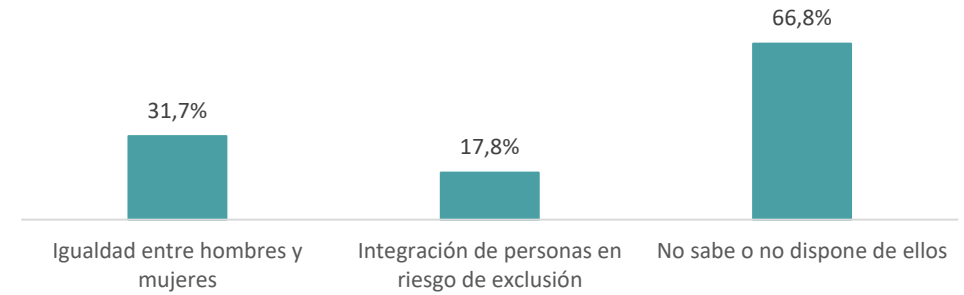
SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

3 MEDIDAS LABORALES IMPLANTADAS



- La gran mayoría de guías turísticos de la Comunitat Valenciana implanta medidas laborales, sobre todo las que promueven la igualdad entre hombres y mujeres, seguido del fomento de un buen clima laboral.
- Al igual que en el resto de las tipologías analizadas, la igualdad para colectivos en riesgo de exclusión queda en último lugar, pero presentan una tasa superior al resto de empresas en este aspecto.

4 DISPONIBILIDAD DE PLANES DE IGUALDAD E INTEGRACIÓN

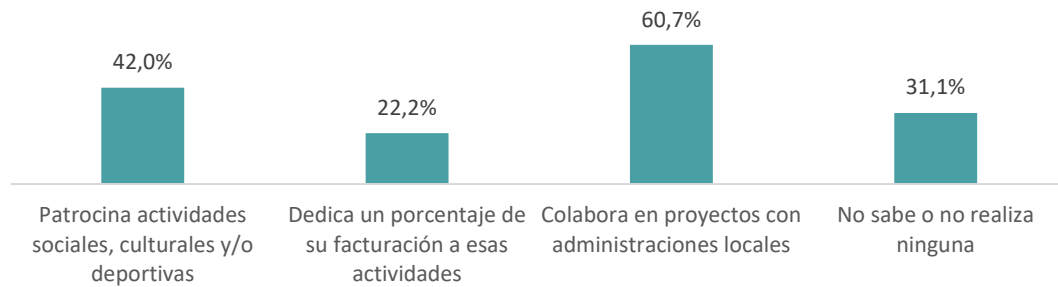


- Aún cuando la mayoría de guías indican que fomentan medidas para la igualdad y el buen clima laboral, apenas tienen planes para ello, existe un 66,8% que no dispone de estos planes.
- Solo un 31,7% cuenta con planes para asegurar la igualdad de género y un 17,8% para la integración de personas en riesgo de exclusión.



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

5 MEDIDAS SOCIALES IMPLANTADAS



- Un importante porcentaje de guías de la Comunitat Valenciana (60,7%) colabora en proyectos con administraciones locales, uno de los porcentajes más altos en comparación con el resto de las tipologías analizadas.
- El 42% de guías patrocina actividades sociales, culturales y/o deportivas y un 22,2% dedica un porcentaje de su facturación a este tipo de actividades.

6 CERTIFICACIONES SOCIALES



- Casi la totalidad de los guías de la Comunitat Valenciana no cuenta con certificaciones sociales, solo el 5,4% tiene sistemas certificados de RSC y el 1,6% posee otros sistemas de certificación social.



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

ADSCRIPCIÓN A ASOCIACIONES TURÍSTICAS

(ASOCIACIONISMO)

7
61%

De los guías pertenece a alguna asociación sectorial, siendo este uno de los porcentajes más bajos de las tipologías de empresas turísticas analizadas de la Comunitat Valenciana.

ÍNDICE MEDIO DE SOSTENIBILIDAD

Índice medio de sostenibilidad ambiental

3,1



Rango de 0 a 7

Índice medio de sostenibilidad sociolaboral

2,9



Rango de 0 a 5

Índice medio de sostenibilidad social comunitaria

1,3



Rango de 0 a 5

Por lo general, el ámbito de la sostenibilidad en todas sus vertientes analizadas no es el punto fuerte de los guías de la Comunitat Valenciana. Estos presentan un índice medio de sostenibilidad medioambiental de 3,1 sobre 7, un 2,9 sobre 5 en sostenibilidad sociolaboral y un 1,3 sobre 5 en sostenibilidad social comunitaria. Es sin duda un aspecto bastante mejorable para esta tipología de empresa turística de la Comunitat Valenciana.



DIGITALIZACIÓN

1

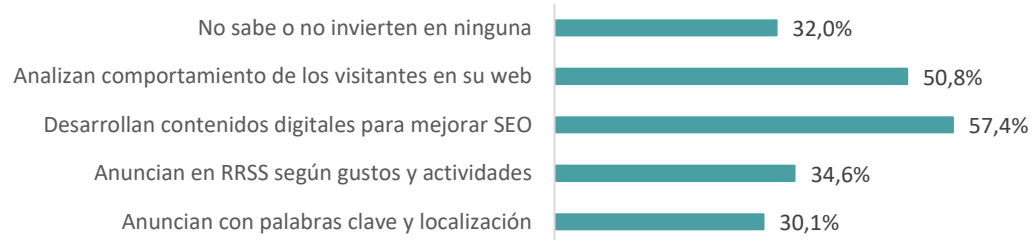
DISPONIBILIDAD DE PÁGINA WEB

63%

El porcentaje de guías turísticos que posee página web según el estudio realizado es bastante reducido. Poco más del 60% dispone de este tipo de soporte de comunicación tan importante en la actualidad. Este porcentaje es el menor en relación al resto de tipologías analizadas.

3

INVERSIONES REALIZADAS EN VISIBILIDAD

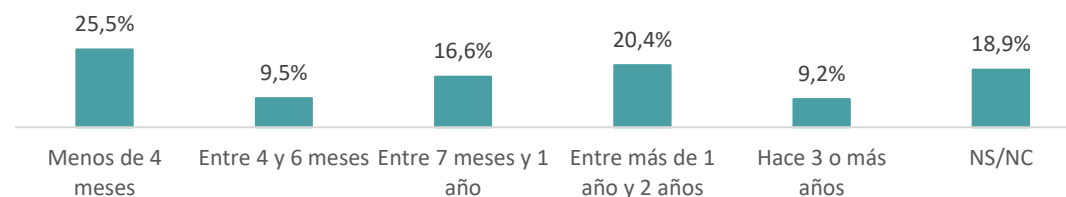


- Por lo general, las principales inversiones que realizan los guías turísticos para mejorar su visibilidad online es desarrollar contenidos digitales para mejorar el posicionamiento SEO (57,4%). En segundo lugar, invierten en analizar el comportamiento de los visitantes en su web (50,8%).
- En este punto también es remarcable que existe un 32% de los guías que dice no saber o no realiza ninguna acción para mejorar su visibilidad online, lo que sin duda estará afectando a su posicionamiento y acceso al mercado.

2

ÚLTIMO CAMBIO REALIZADO EN LA ESTRUCTURA O DISEÑO DE LA WEB

(FRECUENCIA DE ACTUALIZACIÓN)



- En este caso, la frecuencia de actualización de la página web de los guías es más frecuente que en otras tipologías.
- Principalmente se actualizan las webs cada menos de 4 meses. A pesar de esto, es destacable que casi un 20% no realiza actualizaciones frecuentes de su página web, pudiendo dar una imagen de desactualización de estas empresas, limitando además su capacidad de atracción de demanda.



DIGITALIZACIÓN

4 USO DE RRSS PARA COMUNICARSE CON LOS CLIENTES

72%

Aunque de los guías de la Comunitat Valenciana apenas un 60% cuentan con página web para ofrecer sus servicios, el 72% sí utiliza las redes sociales como medio de comunicación, por tanto, puede ser una salvaguarda para aquellas empresas que no disponen de página web.

6 OFERTA SERVICIOS EN BUSCADORES Y COMPARADORES DE PRECIOS

23%

Tan solo alrededor de una cuarta parte de guías turísticos ofrecen sus servicios en buscadores y comparadores de precio, lo que puede estar limitando su capacidad de acceso al mercado.

7 DESARROLLO DE CONTENIDOS MULTIMEDIA

1/2

El porcentaje de desarrollo de contenidos multimedia en estas empresas es bastante reducido. Solo un 49,7%, casi la mitad, dedica esfuerzos al desarrollo de este tipo de contenidos, lo que sin duda influye en su SEO.

5 RRSS UTILIZADAS PARA COMUNICARSE CON LOS CLIENTES



29,1%



22,5%



16,3%



38,9%



50,7%



74,8%



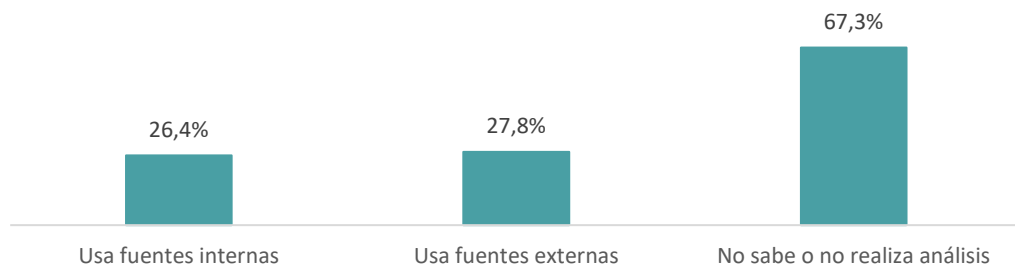
92,0%

En este caso, también la primera red social utilizada es Facebook, seguida por Instagram, WhatsApp y Twitter. En último puesto utilizan Google My Business. Por lo que respecta a YouTube y LinkedIn, aun cuando representan tasas bajas de utilización son superiores a otras tipologías de empresas turísticas analizadas.



DIGITALIZACIÓN

8 REALIZACIÓN DE ANÁLISIS DE MERCADO Y BIG DATA



- La gran mayoría de guías no realizan análisis de mercado y big data, y los pocos que lo realizan utilizan tanto fuentes externas como internas para ello. Esta es una cuestión relevante de cara a profesionalizar su actividad e incrementar su capacidad competitiva.

10 DISPONIBILIDAD DE PERSONAL ESPECIALIZADO EN DIGITALIZACIÓN

20%

Solo un 20% de los guías posee personal especializado en digitalización, seguramente por tenerlo externalizado.

9 DISPONIBILIDAD DE UN SISTEMA DE GESTIÓN CRM

1/4

En este caso, los guías apenas disponen de sistemas de gestión CRM, solo un 25,9% cuentan con este tipo de sistemas, lo que sin duda dificulta su capacidad de gestión de datos de clientes y el desarrollo de acciones de comercialización y comunicación.

ÍNDICE MEDIO DE DIGITALIZACIÓN

3,8

El índice medio de digitalización para guías de la Comunitat Valenciana se sitúa en 3,8, por debajo de la mitad en el rango y de la media de otras tipologías de empresas.



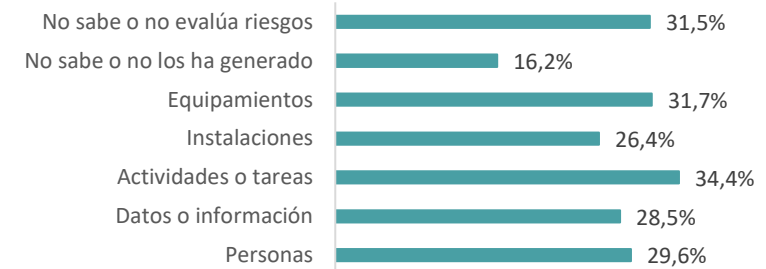
COMPETITIVIDAD

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



- En esta tipología de empresa, los principales riesgos evaluados dejan de ser principalmente los más materiales como en otras tipologías analizadas, pasando a darles más importancia a sus servicios a través del análisis de las actividades o tareas.
- Las personas pasan a un segundo lugar y, por último y de manera equiparada, se encuentran las instalaciones, datos o información y equipamientos.
- Aun así, existe un importante porcentaje de empresas (31%) que no evalúan riesgos en su empresa, lo que sin duda puede estar influyendo en su capacidad competitiva.

2 PLANES PREVENTIVOS GENERADOS PARA MINIMIZAR LOS RIESGOS



- Generalmente, los planes preventivos se encuentran en la misma línea que los riesgos evaluados, siendo los principales los dirigidos a actividades o tareas.
- En segundo lugar, en este caso, se sitúan los planes dirigidos a equipamientos, seguidos por las personas, y por último, los dirigidos a tratamiento de datos o información y a las instalaciones.

ÍNDICE MEDIO DE COMPETITIVIDAD

3,5

El índice de competitividad y competitividad en este caso también es bajo, se encuentra en 3.5, disponiendo de un gran espacio de mejora.

4

Los objetivos de las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana

Guías



Sostenibilidad y responsabilidad social

La tipología de **Guías** 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 **Guías** de la Comunitat Valenciana deberá marcarse los siguientes objetivos:



Incrementar el número de soluciones para el ahorro de agua y energía en las empresas 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.



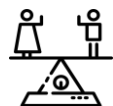
Aumentar el número de empresas de Guías con certificaciones medioambientales.



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



Comunicar a los clientes las políticas de RSC e igualdad de la empresa de Guías.



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



Alcanzar un mayor número de empresas de Guías con planes de RSC.



Competitividad

Entendida como la necesidad de adecuar las empresas de **Guías** 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 los Guías 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 los Guías como estrategia para incrementar su competitividad.



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



Digitalización

Uno de los grandes retos de la tipología de **Guías** 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 Guías 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 Guías.



Incrementar las inversiones de los Guías 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

Guías



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

En el primer punto se extractan las principales propuestas de mejora para la tipología de Guías, 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 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión de riesgos y contingencias ✓ Ciberseguridad 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Web corporativa ✓ Gestor de redes sociales ✓ Servicios en la nube ✓ Reputación online
 Formación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sostenibilidad medioambiental y social ✓ Comunicación de prácticas sostenibles ✓ Certificados medioambientales y sociales ✓ Gestión de la accesibilidad ✓ Voluntariado y patrocinio social corporativo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión de la ciberseguridad ✓ Planes de contingencia 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión de sitios webs ✓ Branded content ✓ Gestión de redes sociales ✓ Gestión y análisis de SEO y SEM ✓ 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 las empresas de guías

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 las empresas de guías 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 la empresa. 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 3.000€



Solución tecnológica





SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



Sostenibilidad medioambiental y social

Objetivo: Sensibilizar a los guías 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 guías, 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 3.000€



Formación



Comunicación de prácticas sostenibles

Objetivo: Mejorar la comunicación de los guías en materia de prácticas sostenibles

Solución

Las empresas de guías 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 de la empresa 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 3.000€



Formación



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



Certificados medioambientales y sociales

4

Objetivo: Impulsar la obtención de certificados medioambientales y sociales en la empresa o servicio de guía

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 3.000€



Formación



Gestión de la accesibilidad

5

Objetivo: Mejorar la accesibilidad integral del servicio de guía turístico

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 Baja: hasta 3.000€



Formación



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



6 Voluntariado y patrocinio social corporativo

Objetivo: Sensibilizar a los guías sobre la importancia de generar una imagen de compromiso social

Solución

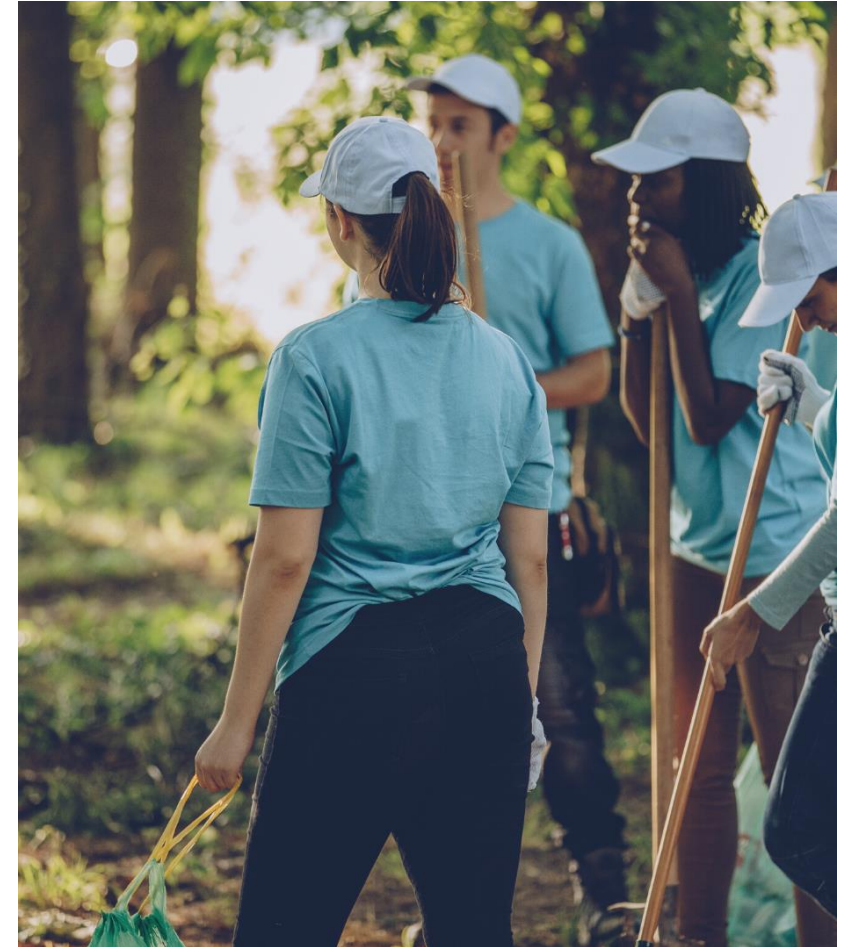
El voluntariado corporativo es una de las acciones que pueden desarrollarse dentro de un Plan de Responsabilidad Social Corporativa. Su objetivo es movilizar el talento, la energía y el tiempo de los trabajadores de una empresa en favor de determinada causa de carácter solidario.

El patrocinio de proyectos sociales es una aportación que realiza una empresa para una actividad de interés público y que no forma parte del cometido principal de la empresa pero con la que está comprometida. Participar en jornadas de sensibilización y de formación permitirá a los responsables y profesionales de las empresas de guías, desarrollar posteriormente acciones de voluntariado y patrocinio social como parte de la RSC de su empresa

Inversión Baja: hasta 3.000



Formación





COMPETITIVIDAD



Gestión de análisis de riesgos y contingencias

7

Objetivo: Minimizar los riesgos que puedan afectar la continuidad de la actividad de negocio de guías

Solución

Las empresas de guías 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 la empresa, 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 servicios ofrecidos independientemente de los cambios de personal o de gestor.

Inversión Media: entre 3.001 y 10.000 €



Solución tecnológica



Ciberseguridad

8

Objetivo: Fortalecer la ciberseguridad de las empresas de guías

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 empresa 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 3.000 €



Solución tecnológica



COMPETITIVIDAD



Gestión de la Ciberseguridad

Objetivo: Sensibilizar sobre la necesidad de adoptar medidas de ciberseguridad en las empresas de guías

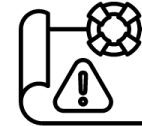
Solución

Las empresas de guías 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 se implementen soluciones que les protejan de estos ataques.

Inversión Baja: hasta 3.000 €



Formación



Planes de contingencia

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

Solución

Con carácter previo o simultáneo a su realización, las empresas 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 y las estructuras de gestión tan personalizadas.

Inversión Baja: hasta 3.000 €



Formación



DIGITALIZACIÓN



11 Desarrollo de web corporativa

Objetivo: Conseguir que la totalidad de autónomos y empresas de guías 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 servicio en términos de imágenes, colores corporativos, estilo, tipografía, contenidos, etc. Además, deben incorporar vínculos a los perfiles de redes sociales en las que la empresa tenga presencia. Estas webs deben además mantenerse y actualizarse de manera constante para mejorar su SEO.

Inversión Baja: hasta 3.000 €



Solución tecnológica



12 Gestión de redes sociales

Objetivo: Aumentar la capacitación de los guías turísticos en la gestión de redes sociales

Solución

El aumento de redes sociales y la necesidad de mantener activos los perfiles donde los guías 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 3.000 €



Solución tecnológica



DIGITALIZACIÓN



13 Servicios en la nube

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 3.000 €



Solución tecnológica



14 Reputación online

Objetivo: Conocer la valoración de los turistas sobre el servicio de guiado

Solución

Se recomienda que la gestión de redes sociales se acompañe del análisis de la reputación online de la empresa 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 guías 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 las empresas de guías dispongan de perfiles propios en los principales sitios de prescripción y se realice un mantenimiento continuado, respondiendo a los comentarios.

Inversión Baja: hasta 3.000 €



Solución tecnológica



DIGITALIZACIÓN



Gestión de sitios webs

15

Objetivo: Aumentar las competencias técnicas de las empresas de guías para la gestión de las webs

Solución

Es necesario que las webs se perciban como elementos vivos. En este sentido, los guías 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 3.000€



Formación



Branded Content

16

Objetivo: Enseñar a los guías turísticos a la elaboración de 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. Mucho de este contenido en el caso de los guías 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 Baja: hasta 3.000€



Formación



DIGITALIZACIÓN



17 Gestión de redes sociales

Objetivo: Mejorar el conocimiento de los guías 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, tanto empresas de guías como guías autónomos pueden conseguir información sobre sus clientes, pudiendo interactuar directamente con ellos. Es importante que las empresas conozcan los momentos de toma de decisión de sus clientes para actuar sobre ellos con antelación. Las redes sociales deben contener tan solo información sobre el servicio o su entorno sin incorporar posts o comentarios de ámbito personal.

Inversión Baja: hasta 3.000€



Formación



18 Gestión y análisis de SEO y SEM

Objetivo: Enseñar a los guías turísticos a gestionar el SEO y SEM de su sitio web

Solución

La optimización del posicionamiento en buscadores por parte de los guías 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.

Inversión Baja: hasta 3.000€



Formación



DIGITALIZACIÓN



Gestión de herramientas en la nube

19

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

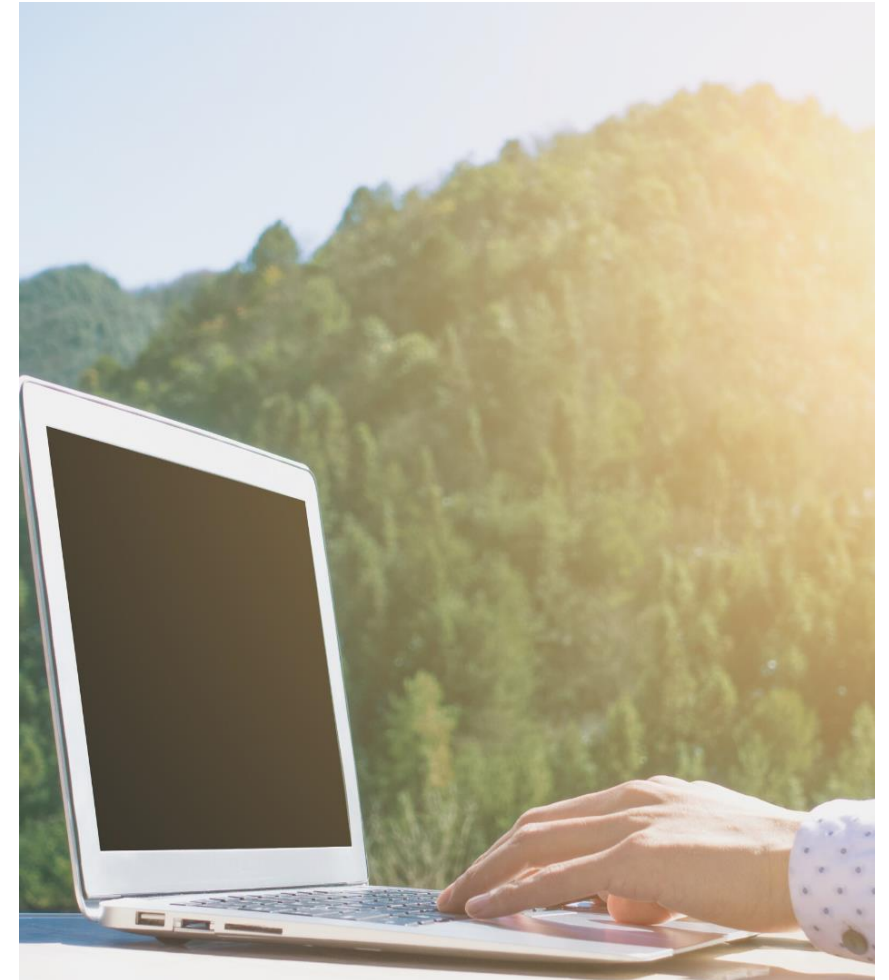
Solución

La posibilidad de trabajar en la nube requiere que los propietarios y profesionales de la gestión del servicio de guiado 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 Baja: hasta 3.000€



Formación



©2022 –Turisme Comunitat Valenciana

invattur@gva.es

invattur.es

Redacción, diseño y maquetación

Soluciones Turísticas



soluciones turísticas
consultoria & marketing