



RESPONSIBLE
TOURISM
INSTITUTE

Recuperación Empresarial
Del Sector Turístico

Propuesta de Actuación

Abril, 2020
Revision_01

“Nunca desaproveches una buenas crisis”

Winston Churchill

¿Seguimos estando seguros y saludables? Bien, hemos logrado nuestro principal objetivo.

#Quédateencasa permanece, pero en Biosphere queremos retarlos a reafirmar el paradigma *#juntosomosmásfuertes*.

Ya sabemos que para la industria del turismo este es probablemente el mayor reto y el mayor golpe de todos los tiempos. Todo cambiará y nada será lo mismo. Sí, hemos superado el golpe inicial y también hemos aceptado esta nueva realidad. ¿Y ahora qué? Ahora tenemos que ver la nueva oportunidad. Esa es la perspectiva que les retamos a elegir, esta crisis es una oportunidad única para la industria del turismo y sus gestores, para los proveedores de productos y servicios, los operadores y los destinos. Oportunidad para simular la amenaza y trabajar con más enfoque en el nuevo comienzo. Esta oportunidad y momento únicos son AHORA. Todos hemos alcanzado el nivel 0 de ocupación e ingresos, por lo que este "silencio" ofrece la oportunidad de repensar el camino a seguir. Tenemos una certeza: todos comenzamos de nuevo en el mismo nivel..

Empecemos por centrarnos en lo que podemos controlar en nuestro negocio. Sí, hay variables que están a nuestro alcance y que no debemos comprometer si queremos volver a empezar mejor y más fuerte.

En esta 2ª edición de la guía **CALL TO ACTION**, Biosphere vuelve a centrar las acciones de reactivación en la Sostenibilidad: económica, social, medioambiental y... la salud de la organización. Las organizaciones que aprovechen este período para asumir o comprometerse realmente con una estrategia de Sostenibilidad (y empiecen a implementar y compartir estas acciones) irán un paso por delante. La sostenibilidad es un proyecto en constante evolución. La sostenibilidad requiere trabajo y compromiso, ¡pero si está leyendo esto es porque está dispuesto a empezar!

Le recordamos que las propuestas de acción están dirigidas a todas las empresas turísticas y no piense que por tener una micro/nanoempresa estas propuestas no se aplican a usted, sino todo lo contrario.

Para facilitar la lectura, hemos señalado en NEGRO las nuevas acciones que hemos introducido en esta segunda edición.

Leer, reflexionar, adaptar, transformar(-se). ¡Prepárate para (re)actuar! Si no ha empezado ayer, ¡sigue adelante AHORA!

ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

- SOSTENIBILIDAD ECONOMICA
- SOSTENIBILIDAD SOCIO-CULTURAL
- SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL
- SOSTENIBILIDAD SANITARIA

REQUISITOS

- SOSTENIBILIDAD ECONOMICA
- SOSTENIBILIDAD SOCIO-CULTURAL
- SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL
- SOSTENIBILIDAD SANITARIA

ÁREAS

-  GESTIÓN GLOBAL
-  MARKETING Y COMUNICACIÓN



REQUISITOS

- SOSTENIBILIDAD ECONOMICA
- **SOSTENIBILIDAD SOCIO-CULTURAL**
- SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL
- SOSTENIBILIDAD SANITARIA

ÁREAS



GESTIÓN DE PERSONAL



ACTITUD RESPONSABLE HACIA LOS PROVEEDORES






PROMOVER EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL DE LA COMUNIDAD LOCAL



REQUISITOS

- SOSTENIBILIDAD ECONOMICA
- SOSTENIBILIDAD SOCIO-CULTURAL
- SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL
- SOSTENIBILIDAD SANITARIA

ÁREAS

-  BIODIVERSIDAD
-  GESTION EFICIENTE DE RECURSOS
-  EMISIONES ATMOSFÉRICAS



REQUISITOS

- SOSTENIBILIDAD ECONOMICA
- SOSTENIBILIDAD SOCIO-CULTURAL
- SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL
- **SOSTENIBILIDAD SANITARIA**

ÁREAS

-  HIGIENE
-  SEGURIDAD
-  SALUD





¿Qué
deberíamos
hacer?



Sostenibilidad Económica

Preparese para lo peor, esperando lo mejor.



SOSTENIBILIDAD
ECONÓMICA

SOSTENIBILIDAD
SOCIO-CULTURAL

SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL

SOSTENIBILIDAD
SANITARIA

ACCIONES

CIUDADES Y ZONAS RURALES

Según el análisis de las tendencias, es probable que el brote tenga repercusiones negativas más fuertes en los mercados urbanos. También es plausible que los clientes opten por permanecer fuera de las zonas urbanas después del confinamiento, por lo que si su empresa se encuentra en una zona rural o en el interior del país debe garantizar la aplicación de las diversas propuestas de acción de Biosphere, ¡ya que es más probable que empiece de nuevo antes!

REACTIVAR LOS CANALES INSTITUCIONALES

Mantener vivos los medios institucionales: Municipios, Entidades Regionales de Turismo, Turismo de Nacional... Hagan seguimiento de las actuaciones y proyectos de su región

CREAR UN MAPA DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Elaborar un mapa de planificación estratégica, gestión de ingresos y control de costes, previendo 3 escenarios:

- Rápida recuperación (2-3 meses)
- Recuperación a mediano plazo (3-6 meses)
- Recuperación lenta (más de 6 meses)

Ajuste el pronóstico de acuerdo con cada uno de estos escenarios de demanda y vea cómo esto afecta su flujo de caja.

PLAZO

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------



SOSTENIBILIDAD
ECONÓMICA

SOSTENIBILIDAD
SOCIO-CULTURAL

SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL

SOSTENIBILIDAD
SANITARIA

ACCIONES

MOVILIZAR RH

Movilizar los recursos humanos de acuerdo con las necesidades: posibilidades de *despido* simplificado, vacaciones, bolsa de horas.

GESTIONAR LOS PROVEEDORES

Gestión de las relaciones con los proveedores (principalmente locales), los proveedores de servicios y los clientes. En el caso de los proveedores, evaluar si necesitan renegociar los pagos y establecer prioridades, teniendo en cuenta los efectos de la crisis en cada uno de ellos.

CREAR MANUAL DE GESTIÓN DE CRISIS

Crear un manual de gestión de crisis, precaviendo que este contexto pueda repetirse pronto..., y también deben considerarse otros escenarios, como los desastres naturales.

EVALUAR EL MEDIO AMBIENTE

Evaluar el entorno y, si se justifica, crear paquetes de uso diario de habitaciones para huéspedes/clientes que necesiten una oficina privada, con comidas incluidas; habitación tranquila y sencilla, con una mesa para trabajar, Internet de alta velocidad y un pequeño espacio para las comidas.

PLAZO

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	------------------------------	----------------------



SOSTENIBILIDAD
ECONÓMICA

SOSTENIBILIDAD
SOCIO-CULTURAL

SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL

SOSTENIBILIDAD
SANITARIA

ACCIONES

INTEGRAR NUEVOS SOCIOS LOCALES

Identificar posibles nuevos asociados locales para fortalecer la experiencia y el programa. Asegúrese de considerar soluciones fuera de la caja y ofrézcales algún entrenamiento sobre su operación, procedimientos de sostenibilidad (y no se olvide de comunicarlo).

ADMINISTRAR DISTRIBUIDORES

Para reforzar la relación con la distribución, es necesario utilizar toda la capacidad de los distribuidores para atraer clientes (evaluar nuevos socios).

REVISAR LAS CADUCIDADES

Revisar las caducidades de los productos, especialmente los perecederos.

NEGOCIAR

Negociar con los comerciantes nuevos márgenes, basados en posibles fallos/escenarios.

PLAZO

MUYCORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
---------------------	----------------------	----------------------

MUYCORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
---------------------	----------------------	----------------------

MUYCORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
---------------------	----------------------	----------------------

MUYCORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
---------------------	----------------------	----------------------



SOSTENIBILIDAD
ECONÓMICA

SOSTENIBILIDAD
SOCIO-CULTURAL

SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL

SOSTENIBILIDAD
SANITARIA

ACCIONES

CONTROLAR PRECIO - EVITE REDUCCIONES

¡Evita las reducciones de precios!

A cambio ofrecer spa, desayuno, entradas a eventos locales, estacionamiento gratuito, bebida de bienvenida, tours de cortesía, etc.*

*MEDIANTE EL ANÁLISIS DE LA RESPUESTA DE LA DEMANDA - PRIORIZAR EL CLIENTE REGULAR/REPETIDOR EN UNA PRIMERA FASE

NO HACER RECORTES

¡Resiste la tentación inmediata! No recorte lo que resultará esencial. El marketing, en tiempos de crisis, es lo que puede mantener a su empresa a la vanguardia de la comunicación positiva. No recorte en marketing y comunicación, cambie o consolide su enfoque en la sostenibilidad: naturaleza, higiene y salud, especialmente en empresas ubicadas en zonas urbanas o rurales, donde la masificación del turismo aún no es una realidad.

(A) Cuando la confianza regrese, el mercado interno reaccionará más rápido que nadie: la gente no se sentirá cómoda viajando al extranjero tan pronto.

(B) Actualizar la información sobre las OTAs, un enfoque más proactivo en términos de limpieza y saneamiento, y añadir nuevos paquetes y ofertas.

(C) Usar los niveles de ocupación más bajos para ofrecer a los huéspedes que regresan una mejor experiencia, sin aprovecharnos de la situación : ¡proponer mejoras!

MEDIR QUÉ PUEDE MEJORAR

Realice una "Auditoría" de marketing para revisar el estilo de su marca, su sitio web y los materiales de activación de ventas (¿comunican de manera efectiva la propuesta de valor de su oferta y beneficios?).

PLAZO

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

X

X

X

X

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------



SOSTENIBILIDAD
ECONÓMICA

SOSTENIBILIDAD
SOCIO-CULTURAL

SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL

SOSTENIBILIDAD
SANITARIA

ACCIONES

DISPONIBILIZAR MÁS Y MEJOR INFORMACIÓN

Informar sobre los procedimientos de higiene y seguridad en cursos: limpieza de espacios, ventilación (por ejemplo: "Mientras la crisis actual continúe, aseguramos a nuestros clientes que su seguridad y la de nuestro equipo sigue siendo nuestra principal prioridad. Por lo tanto, estamos siguiendo estrictamente todas las directrices de nuestras autoridades, seguimos las estrictas directrices de salud y seguridad y adoptamos el más alto nivel de medidas preventivas para mantener a todo el mundo seguro - imágenes de las medidas - pronto les ofreceremos de nuevo todas las experiencias maravillosas!").

IDENTIFICAR SEGMENTOS DE MERCADO

Identificar los segmentos del mercado con mayor probabilidad de hacer reservas, como los jóvenes, las familias y las parejas jóvenes a corta distancia en coche.

(A) Invertir más en meta-search: cuando los clientes empiezan a buscar soluciones es porque ya tienen la intención de reservar. Por lo tanto, debería invertir más en investigación y en meta-search para captar el mayor número posible de clientes y llevarlos al sitio web de la empresa. **(VÉASE LA GUÍA DE META-SEARCH PARA ALOJAMIENTO_PDF)**

Para mantenerse *top of the mind* o *posicionamiento de la marca u empresa* - especialmente cuando los clientes empiezan a pensar en viajar de nuevo - seguir invirtiendo en investigación y meta-search pagada, para asegurar que siga apareciendo a los que todavía están pensando en viajar o lo harán pronto (todos necesitamos escapar de este escenario pronto).

PLAZO

MUY CORTO
(1 mes)

CORTO
(1-3 meses)

MEDIO
(> 3 meses)

MUY CORTO
(1 mes)

CORTO
(1-3 meses)

MEDIO
(> 3 meses)



SOSTENIBILIDAD
ECONÓMICA

SOSTENIBILIDAD
SOCIO-CULTURAL

SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL

SOSTENIBILIDAD
SANITARIA

ACCIONES

REFORZAR LA MARCA

Reforzar el valor de la marca y solidificar las prácticas/valores de la sostenibilidad con credibilidad (mostrar sólo lo que se hace o lo que se planea). Añada a su marca los valores de los demás: por ejemplo: Haga más públicas sus certificaciones, premios y distinciones, ¡siempre y cuando estén al día!

AÑADIR

Comunicar que no cancelan, sino que posponen, a largo plazo (2021)

REVISAR LA WEB

Asegurarse de que los mensajes del sitio estén dirigidos a los clientes nacionales o a los visitantes nacionales. Reforzar en los mensajes las ventajas de la reserva directa (Ej. de buenos mensajes en el sitio: <https://help.triptease.com/en/articles/1783991-messaging-tips-and-best-practices>).

PLAZO

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------



SOSTENIBILIDAD
ECONÓMICA

SOSTENIBILIDAD
SOCIO-CULTURAL

SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL

SOSTENIBILIDAD
SANITARIA

ACCIONES

APOSTAR POR EMAIL MARKETING

Distribuye los correos electrónicos a todo el mundo basándose en 3 componentes:

- (A) Empatía: la introducción debe ser muy clara, es un momento difícil para todos y la seguridad es la prioridad. ¡Deberías evitar centrarse en los aspectos trágicos y estresantes de esta pandemia global! Ser humano y real, en lugar de distante y corporativo;
- (B) Actualización: comparte sus medidas de higiene y lo que está haciendo para luchar contra el virus y para mantener a salvo al personal y a los invitados;
- (C) Recuerde: háganos saber cuando su compañía esté en marcha y estaremos encantados de aceptar invitados. No incluya un descuento. Cierra el correo electrónico con algunas frases positivas, que resaltan tu propuesta de valores, los valores de la empresa y lo que representa.

REFORZAR LOS EMAIL PERSONALIZADOS

Envíe un correo electrónico específico y personalizado para las próximas reservas: cuando empiece a tener reservas, confirme con un correo electrónico personalizado, informando de las condiciones higiénicas y sanitarias, las opciones de cancelación, los beneficios de estar allí...; para los que han cancelado, es importante reanudar esta relación, infórmeles que lamenta haber sido cancelado, pero que serán bienvenidos en cualquier momento, si desean volver a reservar

PLAZO

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
X		
X		
	X	X
MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
	X	



SOSTENIBILIDAD
ECONÓMICA

SOSTENIBILIDAD
SOCIO-CULTURAL

SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL

SOSTENIBILIDAD
SANITARIA

ACCIONES

DIVULGAR ASOCIACIONES LOCALES

Aprovechar la oportunidad de dar a conocer sus asociaciones locales, su compromiso con la rápida resolución de la crisis y su apoyo a los demás, es una excelente oportunidad para compartir contenidos no promocionales en las redes sociales.

CAPTAR LEADS

Para captar más ventas entre la demanda que pueda existir, puede centrarse en convertir los clientes potenciales en clientes que ya han visitado su sitio web (la redirección es una forma eficaz de lograrlo al redirigir las campañas a los clientes que ya han estado en el sitio de la empresa):

VER WEBINARS INTERESANTES SOBRE EL TEMA EM [HTTPS://TRIPTEASE.COM/BLOG/RETARGETING-WEBINAR-SERIES/?UTM_SOURCE=TRIPTEASE&UTM_MEDIUM=BLOGLINKINTERNAL_TRIPTEASE&UTM_CAMPAIGN=WW_AL L_BLOG](https://triptease.com/blog/retargeting-webinar-series/?utm_source=triptease&utm_medium=bloglinkinternal_triptease&utm_campaign=ww_all_blog)

REEMBOLSAR

Asegurar e **informar** el reembolso para aquellos que llaman y cancelan.

PLAZO

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------



SOSTENIBILIDAD
ECONÓMICA

SOSTENIBILIDAD
SOCIO-CULTURAL

SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL

SOSTENIBILIDAD
SANITARIA

ACCIONES

LLAMADA A LA NATURALEZA

Registrar el contacto con la naturaleza: dejar entrar el aire, el sol, etc.

PREFERIR PROVEEDORES LOCALES

Comunicar la preferencia por los proveedores locales.

REFORZAR LOS TESTIMONIOS

Recoger testimonios de las experiencias de los clientes y compartirlos para un nuevo comienzo: "Mis recuerdos de esa experiencia eran..."

FIDELIZAR

Fortalecer o reactivar los programas de fidelidad: reducir los criterios de "puntos"; ofrecer el doble de puntos para los próximos meses; resucitar a los clientes inactivos; recordar a los clientes que han caducado los puntos que pueden aprovecharlos, con mejoras.

PLAZO

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------



SOSTENIBILIDAD
ECONÓMICA

SOSTENIBILIDAD
SOCIO-CULTURAL

SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL

SOSTENIBILIDAD
SANITARIA

ACCIONES

SER TRANSPARENTE

Usar el sitio web y las redes sociales para transmitir información transparente (por ejemplo, mensajes a nuestros clientes/huéspedes); no ocultar la situación del virus y la crisis, integrarla **Manténgase conectado con los clientes con contenido de Destino y actividades que pueden hacer en casa (recetas típicas, historias y leyendas de la tierra, etc.). Algunos ejemplos:**

- (A) Actualizar el sitio con contactos importantes y de emergencia
- (B) Comparta fotos del destino tomadas por usted o sus empleados (fotos no profesionales) y pida a sus seguidores y clientes que comenten sus actividades favoritas mientras estén allí
- (C) Pida a los clientes que compartan también fotos de su estancia, usando un hashtag (nombre del destino) dedicado, para que la gente pueda compartir sus recuerdos de viaje
- (D) Si tienes un restaurante o acceso a platos locales comparte las recetas: mucha gente sigue cocinando y no hay mejor manera de condimentar las cosas que cocinando una receta del Chef del restaurante o auténtica. Sea creativo y también comparta una recomendación de vino regional con el productor
- (E) Compartir tratamientos de spa en casa desde su spa o técnicas de relajación y contacto con la naturaleza: ayudar a la gente a escapar y disfrutar de consejos en casa
- (F) Compartir clases, ejercicios o actividades en casa: si su empresa ofrece actividades de grupo o clases de fitness, comparta vídeos de ejercicios o instrucciones que los clientes puedan utilizar para mantenerse activos en casa
- (G) Crear una búsqueda del tesoro para los niños: si su empresa trabaja para un segmento familiar, cree tarjetas digitales para los lugares emblemáticos de su destino que los padres puedan imprimir, cortar y esconder para crear una búsqueda del tesoro.
- (H) Crear páginas para colorear con temas del destino: compartir una página para colorear del destino que la gente pueda imprimir para que sus hijos la coloreen.

PLAZO

MUYCORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
X	X	
X	X	X
X	X	X
X	X	
X	X	
X	X	
X		
X		



SOSTENIBILIDAD
ECONÓMICA

SOSTENIBILIDAD
SOCIO-CULTURAL

SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL

SOSTENIBILIDAD
SANITARIA

ACCIONES

CAPTAR INFLUENCERS

Cuando el brote está bajo control, el marketing de influencers puede ser una gran manera de demostrar que su empresa está a salvo: haga una lista de los bloggers y de los influencers más apropiados.

PREGUNTAS Y RESPUESTAS

Cree una página de preguntas frecuentes (FAQ) en el sitio web de su empresa. Preguntas y respuestas sobre la forma en que está manejando la crisis, el sistema de reservas, las medidas adoptadas de acuerdo con el SNS, las fechas de reapertura y otras preocupaciones importantes (socios locales, medio ambiente, empleados, etc.)

PLAZO

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------





¿Qué
deberíamos
hacer?

Sostenibilidad Socio-Cultural

"Sus principales clientes son sus empleados. Mira antes por y para ellos, y luego por tus clientes".

Ian Hutchinson

SOSTENIBILIDAD
ECONÓMICA

SOSTENIBILIDAD
SOCIO-CULTURAL

SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL

SOSTENIBILIDAD
SANITARIA

ACCIONES

CONTACTAR CON EMPLEADOS

Si los empleados están en casa, llamen diariamente para saber cómo están y, si es posible, desarrollen actividades en línea y en conjunto: por ejemplo, cómo tomar un café al mismo tiempo, juegos, desafíos para whatsapp y otras actividades.

REGISTRAR Y REPORTAR

Mantener una comunicación eficaz con los empleados sobre cuestiones relacionadas con la pandemia.

APOSTAR POR LA TRANSPARENCIA

Explique a los empleados el impacto de la crisis y pídale que colaboren y sean flexibles: sea transparente y abierto sobre la situación y su impacto en la empresa.

EMPATIZAR

La empatía con nuestra gente es poderosa, es una buena oportunidad para entrenar/formar a los equipos - todos deberían estar debidamente informados sobre los últimos mensajes, políticas y procesos. Lo último que quieres es que los empleados tengan mensajes diferentes a los tuyos. Esto crea confusión y un futuro de mal servicio al cliente. Mantenga un mensaje unificado y consistente.

PLAZO

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------



SOSTENIBILIDAD
ECONÓMICA

SOSTENIBILIDAD
SOCIO-CULTURAL

SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL

SOSTENIBILIDAD
SANITARIA

ACCIONES

ESCUCHAR

Oportunidad de recoger sugerencias para mejorar el equipo o revisar los procedimientos internos (que nunca se hacen por falta de tiempo).

REGRESAR DE FORMA POSITIVA

Al regresar al trabajo, asegúrese de que los empleados estén en buen estado de salud y mantengan un espíritu positivo, esencial para proporcionar una experiencia positiva al cliente.

PLAZO

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------



SOSTENIBILIDAD
ECONÓMICA

SOSTENIBILIDAD
SOCIO-CULTURAL

SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL

SOSTENIBILIDAD
SANITARIA

ACCIONES

LOCAL

Abierto o cerrado, ¿piensa a nivel local!

MEDIDAS DE APOYO

Identifique medidas de apoyo para la economía (social) local

PLAZO

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)



SOSTENIBILIDAD
ECONÓMICA

SOSTENIBILIDAD
SOCIO-CULTURAL

SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL

SOSTENIBILIDAD
SANITARIA

ACCIONES

DESTINO Y PATRIMONIO

Proporcionar a los clientes información sobre el medio ambiente, los valores y la identidad sociocultural del destino, y su patrimonio natural y cultural.

ORIENTACIONES

Proporcionar a los clientes directrices para un comportamiento responsable que debe emprenderse en relación con el medio ambiente y la comunidad local, fomentando una actitud respetuosa hacia el Destino

CONSULTE EL MANUAL DEL TURISTA RESPONSABLE DE LA BIOSFERA DE PORTUGAL

PLAZO

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)





¿Qué
deberíamos
hacer?

Sostenibilidad Ambiental

“En la naturaleza nada se crea, nada se pierde, todo se transforma.”

Lei de Lavoisier

SOSTENIBILIDAD ECONOMICA

SOSTENIBILIDAD SOCIO-CULTURAL

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

SOSTENIBILIDAD SANITARIA

ACCIONES

RESPECTO POR LOS ECOSISTEMAS

Desarrollar recursos de información para aumentar la conciencia y el respeto de los ecosistemas acuáticos y/o marinos y terrestres para los clientes .

PLAZO

MUY CORTO
(1 mes)

CORTO
(1-3 meses)

MEDIO
(> 3 meses)



SOSTENIBILIDAD ECONOMICA

SOSTENIBILIDAD SOCIO-CULTURAL

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

SOSTENIBILIDAD SANITARIA

ACCIONES

MONITORIZACIÓN DE CONSUMO

Cree un mapa de monitorización de consumo

AGUA

Desarrollar medidas para el uso responsable del agua por parte de los clientes.

CONSUMO

Controle y desarrolle acciones para reducir el consumo

MINIMIZAR DESECHABLES

Aplique medidas para minimizar el uso de productos desechables y consumibles en general

RECOGIDA SELECTIVA

Ponga en práctica la recogida selectiva y el máximo reciclaje de los residuos producidos por la empresa y sus clientes, así como su correcto tratamiento antes de la recogida.

MEDIDAS DE COMPENSACION

Aplicar medidas para compensar las emisiones de gases de efecto invernadero.

PLAZO

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------



SOSTENIBILIDAD ECONOMICA

SOSTENIBILIDAD SOCIO-CULTURAL

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

SOSTENIBILIDAD SANITARIA

ACCIONES

TRANSPORTES PÚBLICOS

Fomente el uso del transporte público o de baja emisión en el Destino, ofreciendo a sus clientes información actualizada y veraz sobre los itinerarios y medios de transporte alternativos disponibles para viajar en el Destino y a la entidad, antes de su llegada.

HUELLA DE CARBONO

Empiece a medir la huella de carbono de su actividad e informe a los clientes, empleados y proveedores.

PLAZO

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)





¿Qué
deberíamos
hacer?

Sostenibilidad Sanitaria

“Empieza haciendo lo necesario, después lo posible y de repente te encontrarás haciendo lo imposible”

San Francisco de Assis

SOSTENIBILIDAD
ECONÓMICA

SOSTENIBILIDAD
SOCIO-CULTURAL

SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL

SOSTENIBILIDAD
SANITARIA

ACCIONES

INVERTIR EN LA COMUNICACIÓN INTERNA

Ponga su compromiso con la limpieza en el frente y en el centro de la comunicación: señales en las áreas de servicio y en las zonas comunes, compartir los procedimientos de seguridad, información en los inodoros para fomentar el lavado de manos (por ejemplo, "¡lavémonos todos las manos!" puede ser una forma inolvidable de recordar a todos que lavarse las manos es la mejor manera de prevenir las infecciones y no dude en informarles que se ha adherido a las directrices aceptadas mundialmente, como "nuestra unidad/compañía sigue las directrices de la OMS para una higiene adecuada y completa").

ADAPTAR PLAN DE HIGIENIZACIÓN / SANITARIO

Elaborar y poner en práctica un proyecto de salud: comunicar que "Limpiemos más a menudo" No sirve!

(A)* Se necesitará un ciclo constante de limpieza profunda, además de espacios dedicados con desinfectante de manos y jabón

(B)* Registre efectivamente los tiempos de limpieza para que nada se olvide y se pueda comunicar, así como una lista de verificación que incluya en detalle todos los pasos del procedimiento utilizado y de **distanciamiento social**

* REGISTROS FOTOGRÁFICOS DEL EQUIPO EN PREPARACIÓN

PLAN DE PREVENCIÓN Y CONTROL

Revisa la actualización y la práctica del Plan de Prevención y Control de la Legionella, ¡no necesitamos más bacterias!

PLAZO

MUYCORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
---------------------	----------------------	----------------------

MUYCORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
---------------------	----------------------	----------------------

X

X

X

MUYCORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
---------------------	----------------------	----------------------



SOSTENIBILIDAD
ECONÓMICA

SOSTENIBILIDAD
SOCIO-CULTURAL

SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL

SOSTENIBILIDAD
SANITARIA

ACCIONES

PROCEDIMIENTOS DURANTE LA CUARENTENA

- (A) Asegúrate de limpiar una vez a la semana
- (B) Vaciar y desinfectar todos los puntos de basura
- (C) Limpiar y desinfectar todos los artículos de decoración y muebles
- (D) Redefinir los termostatos a 20 grados
- (E) Redefinir los temporizadores de iluminación
- (F) Retirar todos los alimentos de los refrigeradores y cámaras frigoríficas para poder apagarlos y limpiarlos
- (G) Higienizar y cubrir completamente todos los utensilios de cocina, tazas, cubiertos y vajilla
- (H) Almacenar todo el equipo y los materiales en salas de reuniones
- (I) Apagar las lavadoras y cerrar el acceso al agua
- (J) Apagar toda la iluminación y el equipo de las habitaciones
- (K) Quitar la ropa de cama y la ropa decorativa
- (L) Quitar, desinfectar y almacenar todas las comodidades del wc
- (M) Bloque todas las habitaciones y accesos
- (N) Desconecte el equipo de la piscina, pero asegúrese de que el equipo de seguridad esté debidamente ordenado y sea accesible
- (O) Muestre los signos de cierre
- (Q) Desarrolle pequeñas operaciones de mantenimiento
- (P) Examine y adapte los procedimientos de limpieza y la lista de verificación
- (R) Administre el inventario
- (S) Prepare el traslado de las oficinas y la reorganización de los espacios de trabajo, salvaguardando las distancias de seguridad
- (T) Apague el gas
- (U) Apague las luces del piloto
- (V) Desconectar el equipo de la zona de fitness
- (W) Revise la batería de las puertas
- (X) Quitar las pilas de los controles del televisor
- (Y) Retire las baterías de otros equipos (por ejemplo, los controles de CA)
- (Z) Apagar toda la energía innecesaria (objetivo de reducir la energía total)

PLAZO

MUYCORTO
(1 mes)

CORTO
(1-3 meses)

MEDIO
(> 3 meses)



BIOSPHERE

SOSTENIBILIDAD
ECONÓMICA

SOSTENIBILIDAD
SOCIO-CULTURAL

SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL

SOSTENIBILIDAD
SANITARIA

ACCIONES

CAPACITAR

Involucre y capacite al personal para los nuevos procedimientos

CHECK IN CHECK OUT

Revise y acorte los procedimientos que requieren cierta proximidad, aumente la distancia. Asegure ventanas temporales entre la entrada y la salida que permitan ventilar y desinfectar los espacios

DESAYUNOS

Reorganice sus espacios para el desayuno o piense en nuevas formas: diferentes horarios, servicios de desayuno en las habitaciones o en versión de lista y no de buffet .

ESPACIOS PÚBLICOS INTERNOS

Reorganice los espacios con el fin de reducir el número de personas que utilizan cada espacio.

ESPACIO ADECUADO PARA AISLAMIENTO

Se debe reservar un espacio adecuado para el aislamiento a fin de cumplir con los requisitos determinados por las autoridades sanitarias para cualquier cliente o empleado que muestre síntomas del virus.

PLAZO

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------



SOSTENIBILIDAD
ECONÓMICA

SOSTENIBILIDAD
SOCIO-CULTURAL

SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL

SOSTENIBILIDAD
SANITARIA

ACCIONES

EVALUAR EXISTENCIAS Y EPI'S

Asegúrese de tener todos los materiales y EPIS: guantes, mascarilla, gel desinfectante, limpiadores desinfectantes y otros productos químicos.

PROTOCOLO

Cree un protocolo para posibles situaciones de emergencia.

SIMULACROS

Programe simulacros de incendio y pruebe la capacidad de la empresa y el conocimiento de los empleados en la aplicación de las medidas definidas en el protocolo de emergencia. Y comuníquelo...

PLAZO

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------

MUY CORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
----------------------	----------------------	----------------------



SOSTENIBILIDAD
ECONÓMICA

SOSTENIBILIDAD
SOCIO-CULTURAL

SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL

SOSTENIBILIDAD
SANITARIA

ACCIONES

PROTEGER A LOS EMPLEADOS

Asegure el bienestar de los empleados instituyendo medidas de control y de salud adecuadas. Consulte con su compañía de PRL sobre la necesidad de actualizar las medidas de control de los riesgos laborales.

CREAR NUEVOS SERVICIOS

Integre la posibilidad de solicitar un médico a demanda, para las empresas más alejadas de los centros hospitalarios (+20mn). Establecer una asociación con el médico local.

ALIMENTACIÓN

Establezca medidas más rigurosas de seguridad salimentaria.

PRÁCTICAS SALUDABLES

Alentar a los clientes y empleados a adoptar prácticas saludables.

PLAZO

MUYCORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
---------------------	----------------------	----------------------

MUYCORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
---------------------	----------------------	----------------------

MUYCORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
---------------------	----------------------	----------------------

MUYCORTO (1 mes)	CORTO (1-3 meses)	MEDIO (> 3 meses)
---------------------	----------------------	----------------------



RECORDANDO...

Cuando tocas fondo, significa que la única manera es volver a subir.

Es esencial estar alerta, listo para actuar.

Haz ahora lo que no tenías tiempo de hacer antes.

¡No lo dejes para mañana!

Mantener un enfoque integrado de sus valores y vincularlo a las estrategias de sostenibilidad y bienestar social. ¡Valdrá la pena!

Desengañate, no va a ser fácil! ¡No volveremos a la vida que conocíamos, pero podemos mejorar y ser más fuertes para una nueva vida!

¡No te rindas! ¡Sea perseverante y aproveche cada grano de oportunidad!

Hasta luego...

ANALICE

ADAPTESE

¡HAGA QUE SUCEDA!



**#¡JUNTOS
SOMOS MÁS
FUERTES!**

Responsible Tourism Institute agradece a Biosphere Portugal por esta guía

