

TURISMO- El futuro que tiene, en el futuro que viene

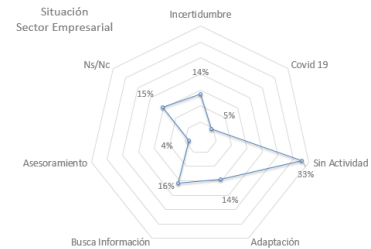
Moderadores Sebastián Estevez Ulrich (SEU) / Guillermo Contreras (GC)

Panelistas: María Eugenia Portela (MEP) (Experiencia del viajero)
Sebastián Bel (SB) (Gremial empresarial)
Norma (UN) y Rodolfo (RE) (Empresarios turísticos)

Micro Lucía Inserra (LI) (Trasformación humana)

Expositores Clari y Carlos (CyC) (Marketing inteligente)

Fecha 20/05/2020
143 inscriptos -117 participantes



Organizan:

TRIBECA
GUILLERMO
CONTRERAS

Business Coach Field Training



Colaboran:

emBlue

in NEUQUÉN

SWISS MEDICAL
MEDICINA PRIVADA

atinoa

WNPOWER

CLAVES
Información Competitiva

Método Sur
Investigación de Mercado

Neuquén
al instante
EN UN CLICK

FRASES DESTACADAS DE LOS PARTICIPANTES: (textual)

- ¿Qué perspectivas hay a nivel nacional de apertura de fronteras?
- ¿En general, a empresas del sector turístico les han llegado las ayudas del estado?
- ¿Qué piensan de los problemas desde el lado de la demanda? Vamos a tener clientes? Van a estar en condiciones de pagar los precios?.
- ¿Qué tan fácil es para los pequeños emprendedores turísticos acceder a los funcionarios con capacidad de decisión? (intendentes, secretarios de turismo, etc.) ¿Son permeables?
- Me gustaría saber ¿Cómo organizaría los circuitos temáticos con la realidad actual, considerando que la gente no va a estar dispuesta a formar parte de grandes grupos?
- Desde los observatorios de las cámaras que agrupan a las empresas del sector ¿Hay algún boceto de protocolo de seguridad? Empezaron a trabajar en eso?
- Innovar, colaborar y co crear entre los agentes turísticos ¿Sería viable para ustedes?
- Escuche que se van a habilitar las combis solamente para 10 pasajeros por la pandemia. Esto encarecería mucho la logística. ¿Alguien sabe algo del tema?
- En esto de la segmentación en redes sociales. ¿Cómo se trabaja? ¿Qué se hace?

RESUMEN DE COMENTARIOS DE LOS PANELISTAS

Hay instituciones que vienen trabajando a través de los observatorios, pero esto nos cambió la vida a todos. Lo que nos está pasando hoy es diferente a lo que se planteó. Nadie pensó en esto, en un cierre de fronteras, que en Argentina el transporte terrestre o gran parte de las compañías aéreas iban a estar paradas. Frente a este escenario es muy difícil saber a ciencia cierta lo que va a pasar los próximos días. Creo que todos los manuales que teníamos hay que reverlos y algunos dejarlos de lado. Me parece que por ahí va la solución. (SB)

Lo que más cuesta cuando tenemos que trabajar en innovación o reinención es salir de la caja. Hay que trabajar con los clientes, escuchar como para entender qué es lo que van a estar necesitando. En general, conviene **trabajar con por lo menos dos o tres supuestos futuros** e ir reacondicionando cada dos semanas. **Lo primero que hay que hacer es empatizar, aprender a escuchar. Les** propondría que tomen el teléfono y llamen por lo menos a diez clientes para entender cuáles son las necesidades actuales. Aprendan a escuchar, a sentir porque **si no empezamos a trabajar todo desde supuestos nuestros** y no entendemos que hoy se están abriendo un montón de rangos diferentes. La gente más allá de tener determinadas necesidades, empieza a ver distintos tipos de turismo. (MEP)

Pero que es una experiencia? **Experiencia son las interacciones y cómo se sintió durante la misma.** Por ejemplo, con esta empresa con ese lugar. **Ir a sacar dinero a un cajero en general no es una experiencia, es una interacción.** Pasa a ser una experiencia cuando hay algo de lo emocional que queda grabado en nuestra mente o en nuestro cuerpo y de alguna manera impactan en el futuro. (MEP)

RESPECTO A LAS AYUDAS ECONÓMICAS

Las empresas del sector turístico, en principio hubo bastantes demoras pero se han recibido. En nuestro caso no hemos podido recibir ninguna porque no calzamos con las condiciones establecidas. Algunos colegas de la cámara de cabañas en Punilla, se anotaron y recibieron ayudas económicas, otros estaban demorados. Básicamente tenemos que entender que todo lo que se está haciendo es nuevo y no creo que llegue para solucionar el 100% de los problemas que tenemos, son paliativos. Segundo, veníamos acostumbrados a trabajar con ciertos márgenes de informalidad que hacen que cuando uno necesite ayuda no pueda recibirla completamente. (RE)

En ese sentido, hay que dividir la ayuda en dos partes. Por un lado los ATP, son ayudas para los empleados inscritos formalmente. El sector turístico es uno de los que más ha recibido, principalmente la agencia de viajes y los gastronómicos, no así tanto la hotelería que ha tenido más problemática para acceder. La otra ayuda, es la financiación a través del CFI. Por medio de una encuesta generada por CAME a nivel nacional, sabemos que son muy pocos los que han podido acceder a ese tipo de créditos. (SB)

No me quiero centrar en el tema de las ayudas estatales porque creo que esto tiene un lapso de aplicación no muy largo mientras que el problema de la excitación económica y el turismo en particular va para largo. Por ello creo que lo que tenemos que hacer realmente es emerger, buscar cosas nuevas. Se **abre la posibilidad de empezar a hacer turismo o circuitos temáticos.** Hace unos años hice **el cinturón de los fortines por ejemplo**, fuimos a pasear por todos los pueblos donde existen restos de fortines, nos contactamos con historiadores de la zona para que nos cuenten los detalles, almuerzos, meriendas, etc. Muy buen paseo y rentable. (E)

SECTOR INSTITUCIONAL

Justamente mañana va a haber una reunión del ente de turismo y había que enviar sugerencias. Hoy más que nunca tenemos que tener conciencia y trabajar con el secretario de turismo del municipio de cada pueblo. Nosotros no podemos solos y ellos tampoco pueden entonces me parece que es momento de integrarnos a la parte pública para colaborar. Hoy les decía que tenemos que revisar todos los circuitos para vehículos y para bicicletas que tenemos, a muchos les faltan los carteles y armar nuevos. (NU)

En la relación con el estado o las cámaras si sos hombre es más fácil que si sos mujer lamentablemente. Tema que hemos hablado ayer en un encuentro de mujeres empresarias. Yo la verdad que en este sentido tengo suerte, los que me conocen saben que soy sumamente insistente y siempre voy con una propuesta. Me siento escuchada pero se me hace muy difícil a veces. (NU)

En mi experiencia de tantos años en el rubro, recomiendo golpear puertas, explicar, comunicar e insistir. Es la mejor forma de llevar adelante cualquier plan de desarrollo turístico. Es imprescindible que esté lo público y lo privado trabajando estrechamente, no hay otra. Por supuesto que los resultados generalmente son excelentes. (LB)

El ministerio de turismo la Nación está trabajando sobre un borrador de protocolo. Hace 10 o 15 días circulariso uno entre las cámaras provinciales de turismo. Por otro lado, las diferentes provincias también están trabajando protocolos. Hay otras entidades como el HT o Swiss Medical que lo ha hecho también. Se han tomado como referencia protocolos de España, Chile, etc. Cada institución va armando y ofreciendo. (SB)

COMO IMAGINAN LA APERTURA PARA EL SECTOR TURISTICO

En una primera etapa de apertura, creo que se va a priorizar el viaje a nivel local, la gente va a buscar los cuatro servicios básicos (precio, flexibilidad, espacios privados y sistema de limpieza). El que no cuente con estos cuatro directamente no va a ser un player (un jugador).

No estoy de acuerdo con que hay que bajar los precios porque no es que todo el mundo no lo va a poder pagar. Para no centrarnos en los precios hay que otorgar valor y el valor se va a otorgar a través de la experiencia, o sea, eso que vaya a sentir y vivir la persona cuando esté haciendo este nivel de turismo. Tiene que haber oferta para el que tenga oportunidad y esté buscando otras cosas. El error más grande que podemos cometer es pensar que todos están en la misma. Hay un montón de situaciones diferentes.

Vuelvo a la parte de empatía que mencione antes, tenemos que analizar y escuchar a la gente, no escuchar solamente a nuestro entorno. Lo ideal sería poder concentrarlos en grupo y pensemos en las soluciones para cada uno de ellos. Para el que tenga presupuesto de más y para el que tenga presupuesto de menos. (MEP)

Por otro lado, creo que va a ser difícil que haya promociones porque la rentabilidad hoy es muy baja. Vamos a tener que competir con calidad de servicios y tarifas acordes. (SB)

Quisiera agregar que no veo esto como una cuarentena sino como **un cambio de paradigmas** y a partir de ahí, hay que empezar a asentar como emerger. (V)

Creo que tenemos que tomar al país como varios países en uno. Creo que necesario armar corredores turísticos. Lo primero que debe ocurrir es que se habiliten los transportes. Todos pensamos que una ruta Buenos Aires- Chapelco (Neuquén) en avión hoy no sería posible por lo del COVID-19, pero si se puede llegar a hacer, por ejemplo, Jujuy- Chapelco, es decir el jujeño

que no tiene casos tendría que poder tener la posibilidad de ir a los lugares donde tampoco hay casos. Tenemos que hablar de generar corredores turísticos libres de COVID-19. (FGS)

TIPS: (CyC)

MANTENER LA COMUNICACIÓN ACTUALIZADA Y RENOVADA. Es algo que a veces le cuesta mucho a las empresas. Muchos lo tiene muy aceitado, sobre todo las grandes estructuras, pero a las chicas no lo tienen tan bien asimilado. ¿Cómo mostramos las instalaciones? ¿la seguridad y los demás puntos?.

OFRECER UNA EXPERIENCIA, no sólo del lugar, sino también del entorno. No se ofrece dormir cinco noches a este hotel, mira qué bárbaro, también mostrar un poco el entorno y las posibilidades que esa persona puede tener yendo a dormir a ese destino y eso sería como el tema de recrear la experiencia del consumidor.

FOCALIZAR LA COMUNICACIÓN DIGITAL POR SEGMENTOS (principalmente en redes sociales), Desde el inicio generar un interés en el usuario, para ello es importante definir el tipo de segmentos que vamos a tocar y producir contenidos segmentados y orientado a un público objetivo.

Es muy importante mantener actualizadas las redes sociales y web, es casi vital. Estamos en una era en el que el distanciamiento nos genera un estado de mayor comodidad para poder contratar servicios de todo tipo. (CyC)

Desde el punto de vista institucional es prioritario sumar jóvenes que tengan una mirada creativa y trabajen sobre la pro-actividad. (SB)

Referente al empresariado, yo diría que hoy tanto empresarios como dirigentes necesitamos ser valientes y trabajar sobre el bien común.

Algunos puntos para subrayar son:

- La súper digitalización es fundamental
- Más jornadas y capacitaciones online
- Diagnósticos más rápidos y certeros para tomar decisiones para la transformación
- Un trabajo en equipo con excelente comunicación
- Organizar los datos que tenemos, digitalizarlos y ponerlos a disposición.
- A más largo plazo, pensar y desarrollar los modelos de economía colaborativa y economía circular. (SB)

TRIBECA
GUILLERMO
CONTRERAS

Guillermo Contreras

Estrategias y Negocios

ghcontreras@infovia.com.ar

+54 9 11 3695-0498



Sebastián Estevez Ulrich

www.red-de-negocios.com.ar

sebastian@red-de-negocios.com.ar

+54 9 11 3695-0498

LUCIA INSERRA

TRASFORMACIÓN HUMANA

Me gustaría empezar planteando lo siguiente, ¿**estamos en una época de urgencia o de emergencia?** parecería lo mismo pero no lo es.

En la urgencia se requiere de una acción inmediata. Por otro lado, la palabra emergencia viene del latín que significa emerger. Entonces, **en la emergencia** (sacar algo afuera del agua) se busca hacer algo que permita salir de este momento y al mismo tiempo nos está dando una oportunidad.

Si se está incendio la casa que habitamos, requiere que reaccionemos y tratemos de salvar lo más que podamos, eso sería una urgencia.

Tenemos que pensar, definir nuestra actitud frente a lo que está pasando y animarnos a plantear que esto es una emergencia. Tenemos que aprender a encontrar esa oportunidad frente al riesgo.

El otro tip tiene que ver con la normosis, es la enfermedad que tenemos como sociedad, tanto desde lo individual como desde lo cultural. Dar por válido la normalidad de acciones de comportamientos humanos que terminan enfermándonos. Hay muchos comportamientos que en este momento pueden ser una normosis, nos acostumbramos a estar en casa y entonces ahora ya no queremos ir a trabajar es un ejemplo. Eso no es adaptación, es acostumbramiento. La normosis se da cuando una actitud genera un consenso social.

Entonces, desde este punto, habrá una zona de oportunidad? Desde la neurociencia se llama sinapsis creativa. Nos animaremos a pensar en la posibilidad de que no vamos a volver a la normalidad, con ciertos patrones ya conocidos?. Por el contrario, a trabajar en un nuevo modelo de turismo?

Organizan:

TRIBECA
GUILLERMO
CONTRERAS

Business Coach Field Training



Colaboran:

emBlue

inNEUQUÉN

SWISS MEDICAL
MEDICINA PRIVADA

atinoa

WNPOWER

CLAVES
Información Competitiva

Método Sur
Investigación de Mercado

Neuquén
al instante
EN UN CLICK