

# CURSO DE GESTORES GDT TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA PYME TURÍSTICA

UNIDAD: CLAVES DEL SECTOR TURÍSTICO: TURISMO 4.0

WEBINAR:

# ROADMAP PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

PONENTE: JUAN MARTÍNEZ

28 Noviembre 2023



GENERALITAT  
VALENCIANA



economistas  
Consejo de Colegios de Economistas  
de la Comunidad Valenciana

# Ruta de la transformación digital

Día 1. “Contexto actual”

Día 2. “Estrategia”

Día 3. “Herramientas”

Parada: “Casos TD (\*)”

Reflexión final

➤ TFC formato de presentación

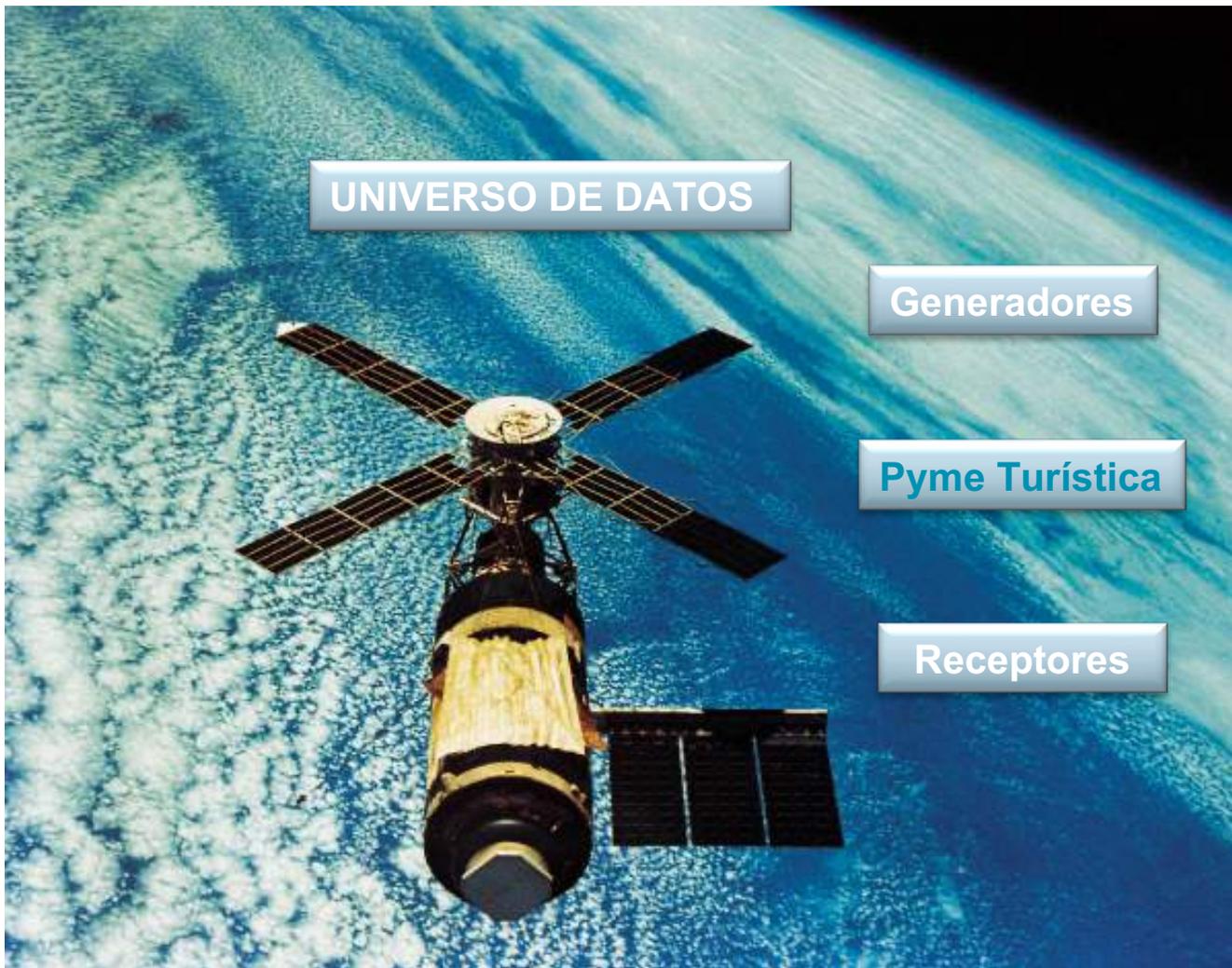


A hand holding a smartphone, overlaid with various digital icons such as a laptop, a magnifying glass, a network diagram, and a clock, all in a light blue color scheme.

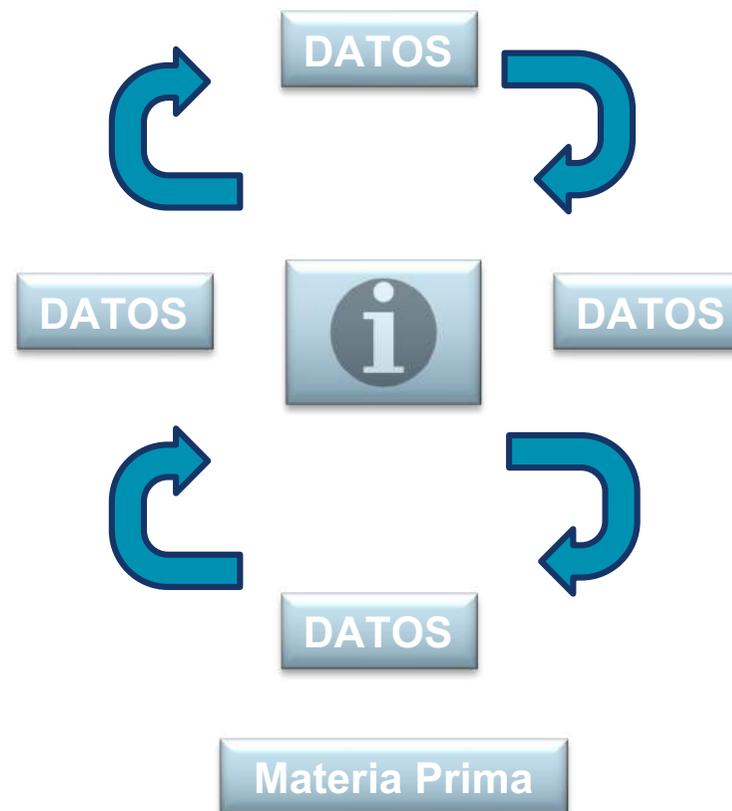
Ruta transformación digital:

Primer día

Contexto



TD proceso generador de valor



Connie, el robot inteligente de los hoteles Hilton



Ejemplos HD...

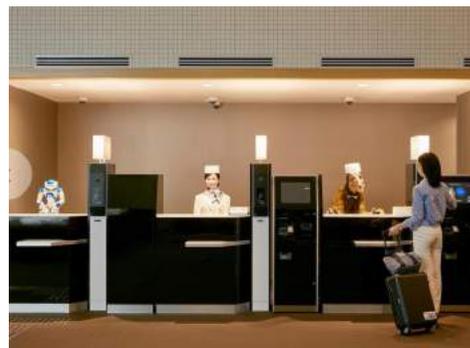


The airline says it will trial the fully autonomous robots to assist passengers with basic tasks



El asistente virtual con inteligencia artificial de mTrip, la filial de soluciones móviles de Digitrips, ofrece recomendaciones precisas y personalizadas a los viajeros. Fuente: Digitrips.

Henn na Hotel 変なホテル



**PODER DEL TURISTA + conectado + informado + asistido IA**



Generadores

Turista

Receptores

DATOS

nuevos actores ...

- ...
- ...
- ✓ Robots y asistentes de voz
- ✓ Robots de manipulación de equipajes
- ✓ Recepción autónoma
- ✓ Asistente personal hotel robot
- ✓ Planificación del viaje
- ✓ Guía turístico personal en la mano
- ...

EN LA PALMA DE LA MANO : **OMNICANAL**

## Ejemplo: Planificación viaje por IA ...

# Nace Ciceroneai, la inteligencia artificial que organiza viajes en segundos



- Sin esfuerzo**  
Comparte una guía personalizada por nuestros Cicerones según tu perfil
- Adaptado a tu viaje**  
Súta a medida según los días e intereses de tu viaje
- Se parte 24/7**  
Gracias a nuestro chatbot que hace de oficina de turismo
- Consigue ahorrar**  
Ciceroneamos el presupuesto más económico. Free tours, Museos, etc.

### ¡Decide tu Destino!

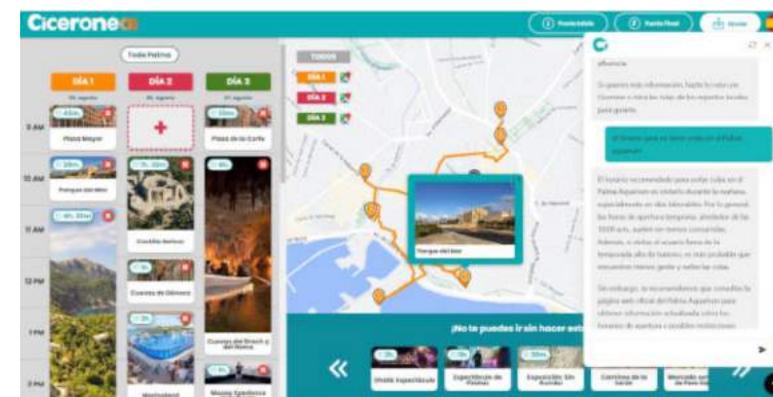


Ciceroneai.com, una inteligencia artificial para la planificación de viajes, permite personalizar excursiones en segundos, obteniendo un nivel de satisfacción del 75% en España. Está enlazado con sitios web de turismo para proporcionar información precisa y se encuentra disponible en varias ciudades españolas y pronto a nivel internacional.

**iUrban.es**  
Expertos en digitalización turística

La 1ª plataforma de turismo inteligente con GPT que responde en 95 idiomas

Descubre el 1ºer chatbot turístico



**TURISTA y PYME turística son la misma moneda**



**Los pequeños detalles marcan la diferencia**

*“Cuando cambias  
la forma de mirar  
las cosas, las  
cosas que miras  
cambian”*

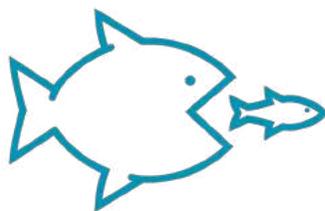
*Max Planck (nobel física 1918)*



TD: proceso de formación continuo

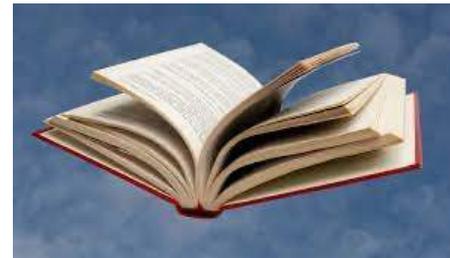
Desaprender hábitos analógicos del negocio

En TD, “el más rápido se come al lento”



#velocidad





**Primer paso “eliminar el papel YA”**

**#fuera papel**

**Cambio cultural para la TD**



**MENTALIDAD +++ (24 / 365)**

Pensamiento apreciativo, ponte en valor



**FOCO EN LO QUE HACEMOS BIEN**

Comunica, habla el lenguaje del cliente



**DIFERENCIACIÓN**

Nicho mercado que manejes bien y en el que seas rentable

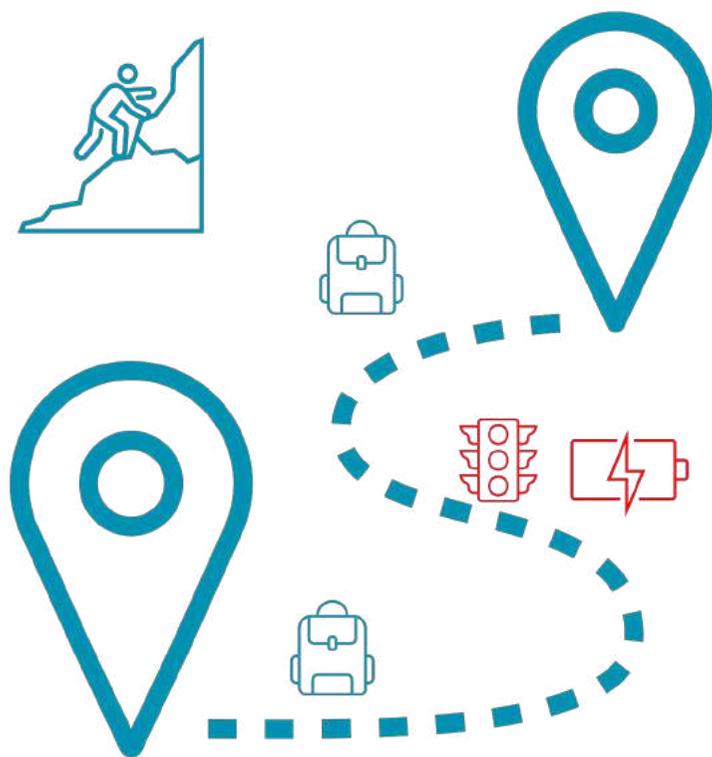


**#elmejor “flexible 5.0”**

Trabaja para ser el mejor en tu nicho

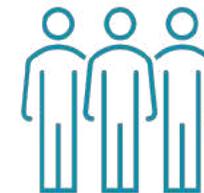
**Negocio colaborativo (retener talento interno / captar externo)**

## Pyme Digital



Pyme actual analógica / semi

TD es un  
**proceso de personas**



- ❖ Involucrar a las personas
- ❖ Centrarse en un paso
- ❖ Pequeños logros compartidos
- ❖ Parar y medir resultados
- ❖ Se aprende caminando

TD figura clave: **facilitador**



# Convencer de la necesidad de transformación digital

**TD : Rana digital**

**Pyme analógica / semi**



Viñeta de 'El típico bar (si el camarero hablase)'



## Resistencia al cambio digital



**ESTRATEGIA**

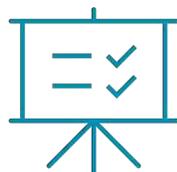
**MOTIVAR**

**Allanar el camino**

*La resistencia = Falta de claridad.*

*“Lo que parece un problema de las personas es un problema de la situación”*

## Barreras mentales TD – ayudar a romper su zona de confort



~~¿Qué me aporta esto de la TD?~~

~~¿Mi gente se va a rebotar?~~

~~¿Voy a tener más clientes?~~

~~¿Va a mejorar mi negocio?~~

~~¿Es sencillo? ¿tengo tiempo?~~

~~¿Es seguro?~~

~~¿Voy a superar a mis competidores?~~

~~¿Qué me va a costar la fiesta?~~



## Resistencia al cambio digital : **Argumentos**



**¿Para qué?**



**Trascendente  
para el cliente**



**¿Cómo?**



**Técnicamente  
viable / fácil**



**¿Qué?**



**Operativa  
tareas claras**



## Foco de interés



¿qué le duele?  
¿qué le motiva?

- ✓ *Ahorrar tiempos*
- ✓ *Mejorar tareas*
- ✓ *Desestacionalizar*
- ✓ *Ser reconocido*
- ✓ ...

innova, cuestiona procesos, mejora tiempos, colabora



Ruta de transformación digital:  
Segundo día  
Estrategia



## Estrategia colaborativa

### Buscar sinergias destino – oferta compartida

#### Equipamiento básico

|   | Nacional | CCVV   |
|---|----------|--------|
| Hoteles y moteles   | 10.847   | 841    |
| Hostales y pensiones  | 6.280    | 418    |
| Fondas, casas huésp.  | 3.166    | 115    |
| Hoteles - apartamentos  | 2.144    | 131    |
| Alojamientos turísticos extrahoteleros                                | 19.406   | 1.337  |
| Explotación de apartamentos privados por agencia o empresa organizada | 2.274    | 423    |
| Restaurantes  | 73.828   | 9.456  |
| Cafeterías  | 12.600   | 1.546  |
| Cafés y Bares   | 215.615  | 23.043 |

**+ de 37.310 aprox. establecimientos CCVV**

(+ agencias viajes, + transporte, + agentes turísticos...)

<https://fichassocioeconomicas.economistas.es>

**PYME**

**tendencias**

**¿hacia dónde ir?  
¿qué me piden los clientes?  
¿qué pedirán en un futuro?**

**TURISTA**

✓ **Sostenibles**

✓ **Activos**

✓ **Espontáneos**

✓ **Desconexión**

✓ **Comida local**

<https://www.infohoreca.com/noticias/20230125/tendencias-viajes-2023-barcelo>



**INE**  
Instituto Nacional de Estadística

INEbase / **Servicios**

Estadísticas A...Z

Lista completa de operaciones

Agricultura y medio ambiente

Ciencia y tecnología

**Servicios**

- Encuestas globales del sector servicios
- Comercio
- Hostelería y turismo
- Transporte

[www.ine.es](http://www.ine.es)

### Operaciones estadísticas que el INE elabora de forma periódica

Estadística de movimientos turísticos en frontera. Frontur

Encuesta de gasto turístico. Egatur

Encuesta de turismo de residentes

Hoteles: encuesta de ocupación, índice de precios e indicadores de rentabilidad

Campings: encuesta de ocupación e índice de precios

Apartamentos turísticos: encuesta de ocupación e índice de precios

Alojamientos de turismo rural: encuesta de ocupación e índice de precios

Albergues: encuesta de ocupación

Cuenta satélite del turismo de España

Gasto realizado por los visitantes extranjeros en sus visitas a España **Experimental**

Medición del número de viviendas turísticas en España y su capacidad **Experimental**

Estimación de la ocupación en alojamientos turísticos a partir de datos de plataformas digitales **Experimental**

Distribución del gasto realizado por los residentes en sus visitas al extranjero según país de destino **Experimental**

Medición del turismo a partir de la posición de los teléfonos móviles **Experimental**

### Operaciones elaboradas por otros organismos del sistema estadístico nacional

Pasajeros Aéreos Internacionales

Estadística de Empleo Turístico según la EPA. (Explotación de Turespaña)

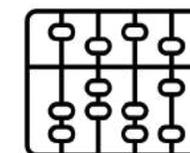
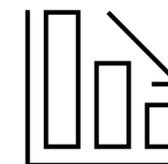
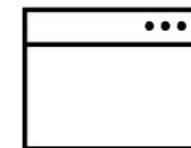
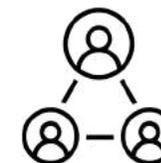
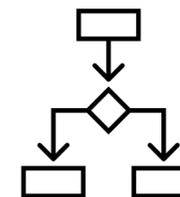
Estadística de Empleo Turístico según la Afiliación a la Seguridad Social. (Explotación de Turespaña)

Paso inicial definir una estrategia TD

Idioma del cliente

ESCUCHA ACTIVA

Entender modelo de negocio





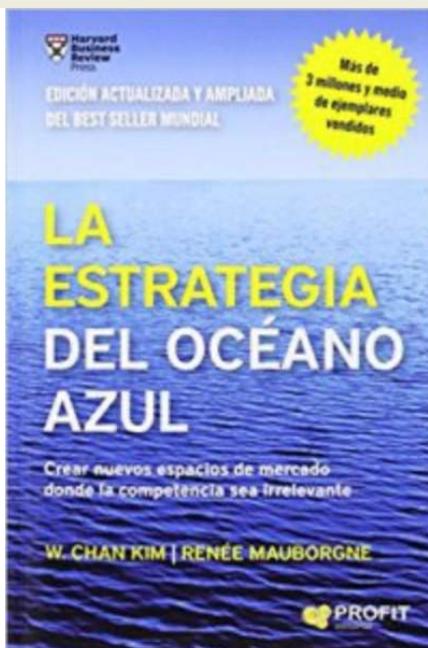
## TD como estrategia océano azul - nicho



### W. Chan Kim y Renée Mauborgne

W. Chan Kim es codirector del Instituto Blue Ocean Strategy del INSEAD y profesor de Estrategia y Gestión Internacional en el INSEAD (Francia) de la cátedra Bruce D. Henderson de The Boston Consulting Group.

Renée Mauborgne es Miembro Distinguido del INSEAD y profesora de estrategia del INSEAD. También es codirectora del Instituto Blue Ocean Strategy del INSEAD.

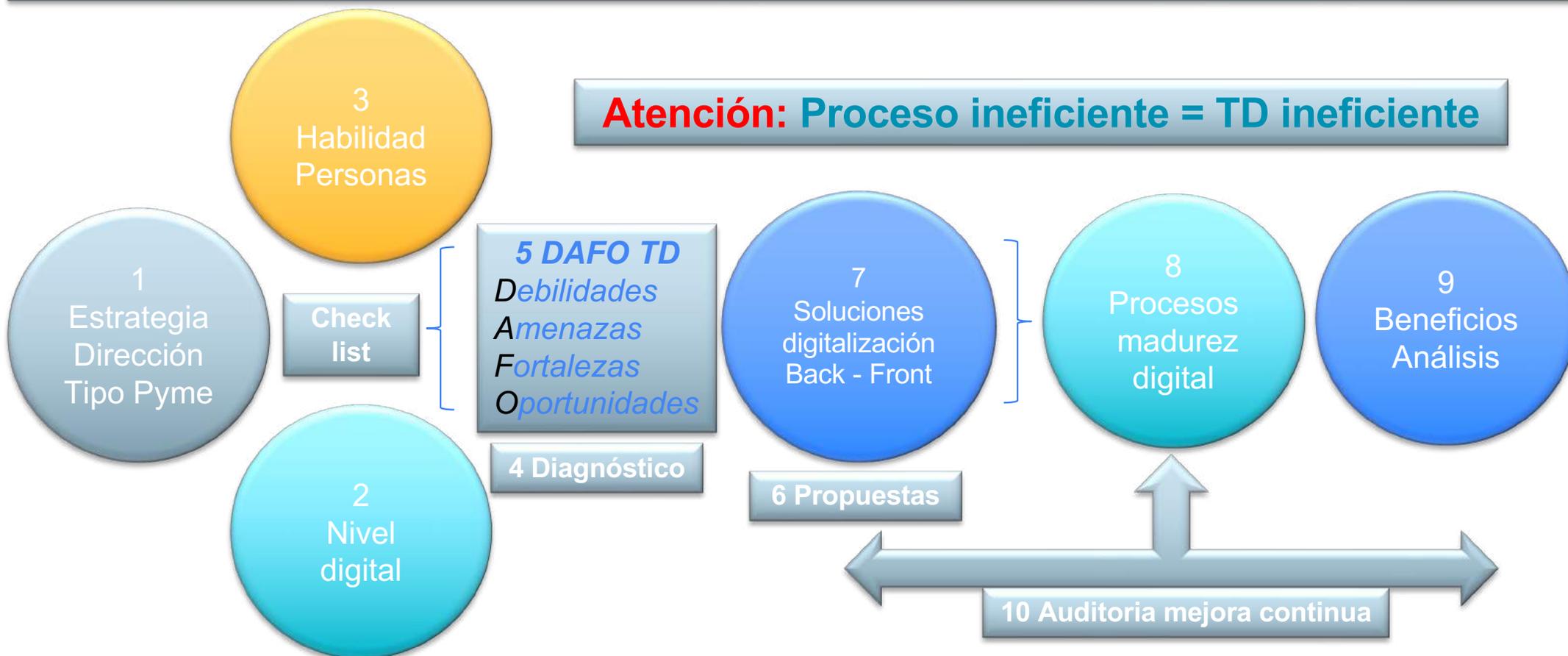


### Matriz ERIC TD

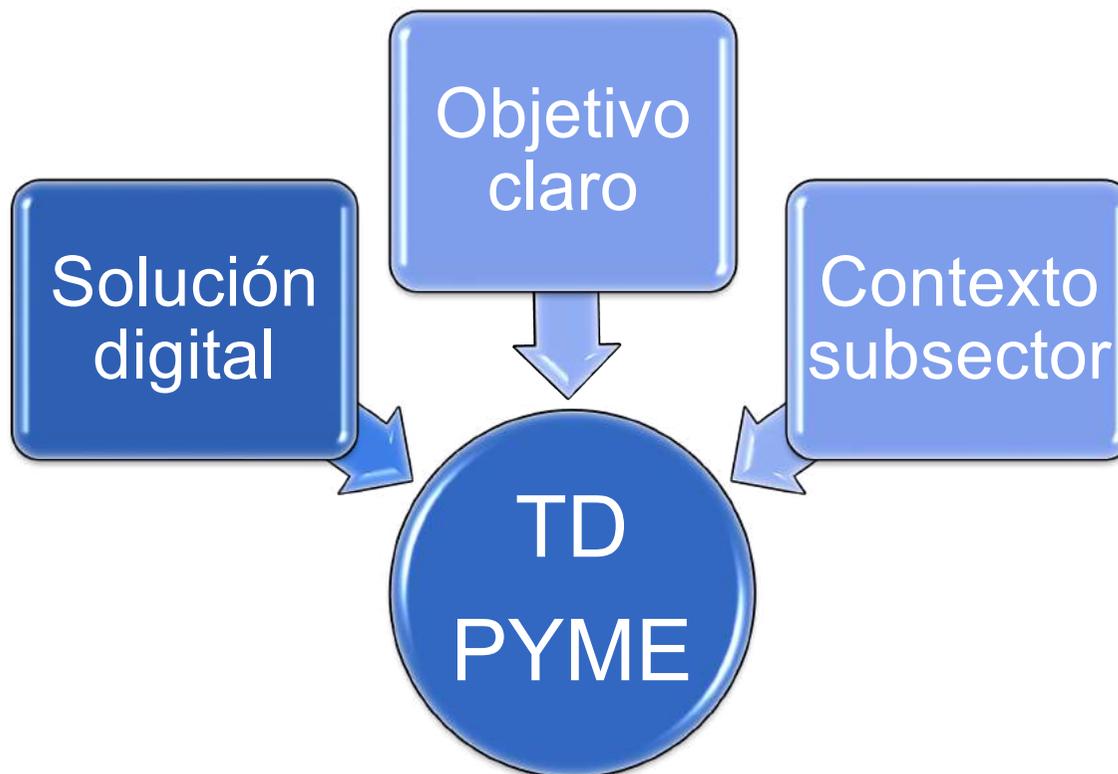


Cuestiona el modelo, feedback externo

# Etapas del proceso transformación digital (check-list)



TD debe maximizar el **“VALOR PERCIBIDO”** por el TURISTA



TD facilitadora **EXPERIENCIAS** para compartir”



Ruta de transformación digital:

# Tercer día

# Herramientas

( Ley de Pareto 80 - 20)

80% de las consecuencias proviene del 20% de las causas



**Ineficiencia**

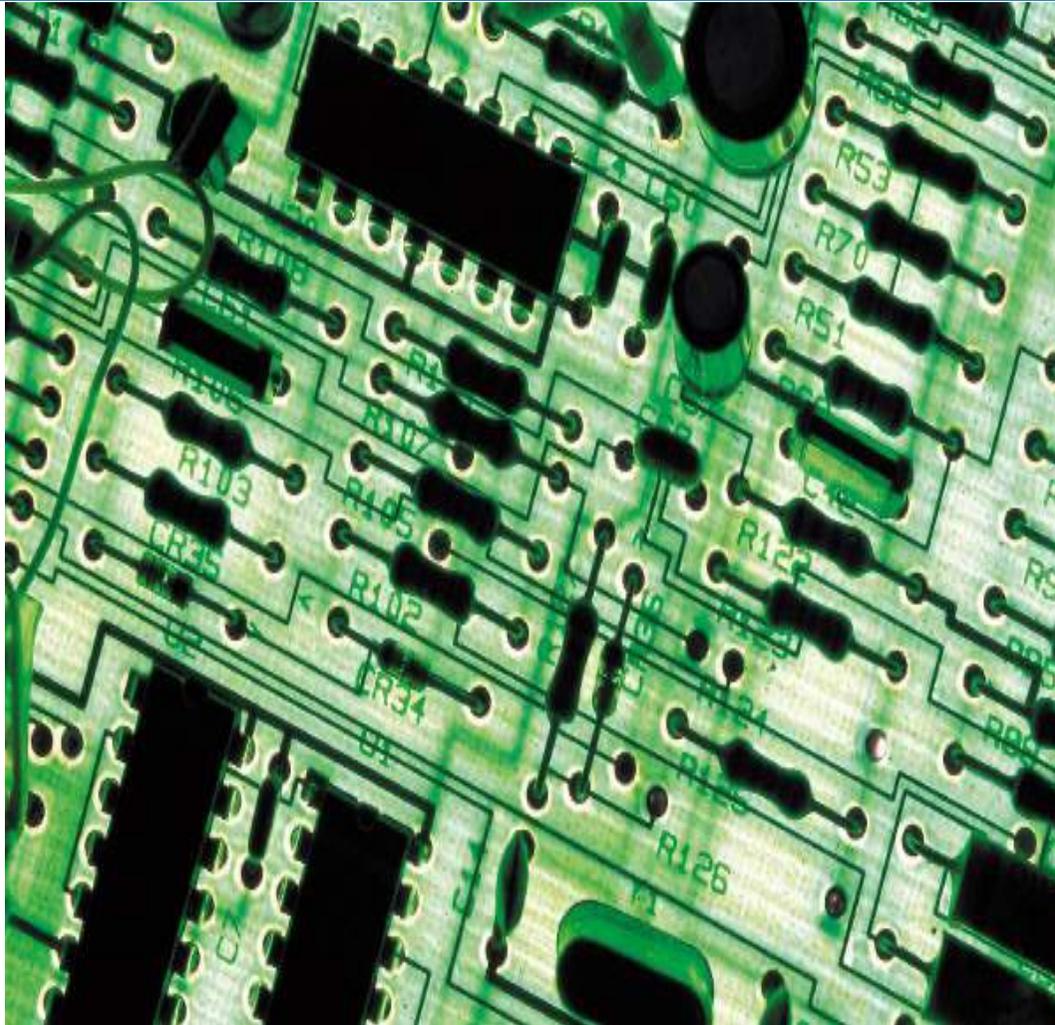


**Gestión**



**Eficiencia**

*Selección correcta de las soluciones digitales*



**BACK**  
Administración  
de procesos

Herramientas en función del uso



**FRONT**  
Visibilidad  
Audiencia



# Universo OTAS + 128...



[Vesuvian Tours](#) - [Emerging Travel Group](#) - [Zenhotels](#) - [Rate Hawk](#) - [HotelDO](#) - [Viajes Falabella](#) - [BDExperience](#) - [BestDay](#) - [Despegar](#) - [Decolar](#) - [Casamundo](#) - [Homes & Villas by Marriott Bonvoy](#) - [HomeToGo](#) - [Viajes Interrias](#) - [Travelstaytion](#) - [Traum](#) - [Ferienwohnungen](#) - [Keytel](#) - [Travelgate X](#) - [Rakuten](#) - [Plum Guide](#) - [Mon Séjour en Montagne](#) - [as a Guest](#) - [Smartbox](#) - [My Italy Selection](#) - [Netstorming](#) - [Amivac](#) - [Booking.com](#) - [Airbnb](#) - [Expedia](#) - [Ryanair rooms](#) - [Trip.com](#) - [Agoda.com](#) - [HRS Group](#) - [Hotel Tonight](#) - [Skyskanner](#) - [Hostel World](#) - [VRBO](#) - [HotelTravel.com](#) - [Hotels.nl](#) - [HotelsClick.com](#) - [Hotels.com](#) - [Hoteliers.com](#) - [Reconline](#) - [Hostels.com](#) - [Hotel.de](#) - [Hostel Club](#) - [Hostelling International](#) - [Holidu](#) - [Dorms.com](#) - [Bedandbreakfast.com](#) - [Gta Travel](#) - [Gomio.com](#) - [Bed-and-breakfast.it](#) - [Hotelbeds](#) - [BB Planet](#) - [Atraveo](#) - [Your Spain Hostel](#) - [Zuji](#) - [Atrapalo.com](#) - [Wotif.com](#) - [Alpitour World](#) - [Wimdu](#) - [World Hotel Link](#) - [Alba Travel](#) - [Welcomebeds.com](#) - [WDPRO](#) - [Weekendesk](#) - [italyHOTELS](#) - [123 Book](#) - [VivaFirenze.it](#) - [Gites de France](#) - [UniTravel.com](#) - [Smart Member](#) - [Viaaggiare Web](#) - [Gardapass Federalberghi](#) - [Travelocity](#) - [Travel Europe](#) - [Travelledia](#) - [Feratel](#) - [Fisheyes](#) - [escapio](#) - [Travco](#) - [eDreams Odigeo](#) - [Roomorama](#) - [Sejourning](#) - [Djocà travel](#) - [Vertical Booking](#) - [We Suite](#) - [Destination florence](#) - [Travel Republic](#) - [Despegar](#) - [TransHotel](#) - [Daybreakhotels.com](#) - [Tourico Holidays](#) - [Click Bed](#) - [Tablet](#) - [Cityzen Booking](#) - [Sun Hotel](#) - [Charming Italy](#) - [Stay Bonanza](#) - [Camping Italy](#) - [Splendia](#) - [Booking For](#) - [Sleeping Rome](#) - [Bedy Casa](#) - [Booking Expert](#) - [Sireon Tours](#) - [Share booking](#) - [Bedandbreakfastroma.com](#) - [Rentals United](#) - [Bedandbreakfast.eu](#) - [Prestigia](#) - [Orbitz](#) - [Only-apartments](#) - [Omega Hotels](#) - [Oh Barcelona](#) - [OktoGo.ru](#) - [Niumba](#) - [Mr & Mrs Smith](#) - [Met Global](#) - [inItalia](#) - [inHores](#) - [In-Italia](#) - [Icastelli.net](#) - [Imperatore Travel](#) - [Atel Hotels Network](#) - [Alliance Réseaux](#) -

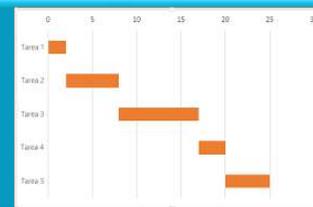
## 1º DIAGNÓSTICO DE LA MADUREZ DIGITAL DE LA PYME TURÍSTICA

¿Qué dispone actualmente y que necesitaría tener?  
Diagnóstico (Check-list) + estrategia



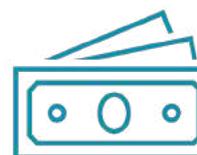
## 2º PROPUESTAS PARA LA TD DE LA PYME TURÍSTICA

¿Cómo va a implantar los cambios?  
Tareas, duración e hitos  
Planificación - Diagrama de Gantt



## 3ª SUGERENCIAS Y APOYO PARA LA FINANCIACIÓN DE LA TD

¿Qué capital va a necesitar y puede invertir?  
% de sus ingresos va a destinar al mantenimiento  
Identificar (Kit digital + ayudas + alternativas)



## Selección solución digital, proveedor “confiable”



**PERSONALIZACIÓN**  
Curva de aprendizaje



**GESTIÓN EN LA NUBE**



**SOPORTE 24 / 365**



**PRECIO**  
varios sistemas (S.O.)



**ESCALABLE**



**INTEGRAR PROCESOS**  
Migración / Plataformas /App



**INFORMES**  
Analítica datos



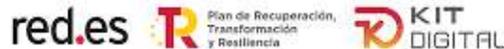
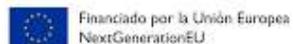
**BUSCAR UN EQUILIBRIO**

# Orientación / búsqueda para soluciones TD y ayudas

**Acelera**  
pyme



**KIT**  
DIGITAL



# PARADA (fuente: \*)



Hotel ciudad / HORECA



Agencia de viajes



Cadena Hoteles



Pisos turísticos

## Ejemplo Caso 1 \*: “Hotel / (Horeca) ciudad digitalmente conectado”



### Contexto:

Un pequeño hotel (HORECA) en una ciudad turística lucha por aumentar su ocupación y visibilidad en línea. 4 personas.

### Acciones:

El diagnóstico nos revela oportunidades en su presencia en línea y estrategias de marketing.

### Soluciones:

Google My Business gestionar su presencia en línea local, TripAdvisor recopilar reseñas, y un software de gestión de reservas en línea para mejorar la eficiencia.



## Ejemplo Caso 2 \* : “Agencia de viajes online”



### Contexto:

Agencia de viajes tradicional afectada por la disminución de las reservas presenciales y la competencia en línea. 1 persona.

### Acciones:

Planificar una transición a una agencia de viajes en línea.

**Soluciones:** WordPress para su web, integrar sistemas de reservas en línea, y herramientas de email marketing como Mailchimp para llegar a clientes antiguos y nuevos.

## Ejemplo Caso 3 \* : “Cadena de Hoteles pequeña”



### Contexto:

Cadena con varias propiedades en diferentes ubicaciones que quiere aumentar ocupación y mejorar la experiencia del cliente en todos sus hoteles. 12 personas.

### Acciones:

1. Sistema de gestión de propiedades (PMS) en la nube, gestión reservas y operaciones en tiempo real.
2. Sitio web centralizado con información de ubicaciones, opciones de reserva en línea y promociones especiales.
3. Herramientas de marketing digital, para llegar a audiencias específicas y promocionar ofertas.
4. Programa de fidelización con beneficios para los huéspedes que repitan.
5. Servicio de atención al cliente en línea las 24 horas.

## Ejemplo Caso 4 \* : “Cadena de pisos turísticos”



### Contexto:

Cadena de 10 pisos turísticos en áreas urbanas quiere expandirse y mejorar la experiencia de los inquilinos en sus propiedades.

### Acciones:

1. Sitio web de reservas fácil de usar con buenas fotos, descripciones detalladas y opciones de reserva en línea.
2. Plataformas de reserva en línea, como *Airbnb* y *Booking.com*, aumentar visibilidad y llegar a un público más amplio.
3. Sistema de autenticación y registro en línea para el check-in y check-out sin necesidad de visitas personales.
4. Conserjería virtual a través de chat en vivo y correo electrónico para responder a las preguntas de los inquilinos y proporcionar recomendaciones locales.





(\*) los 4 ejemplos anteriores de “Chat GPT”

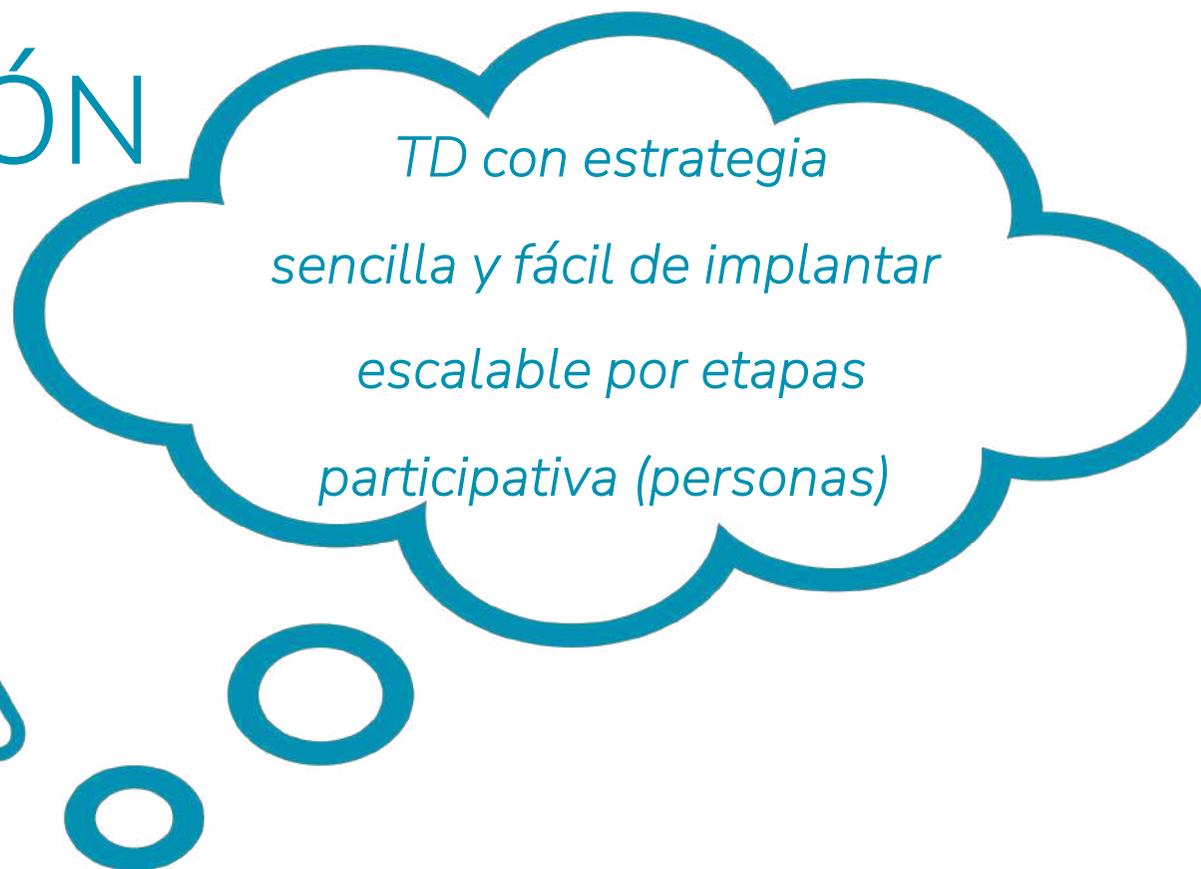
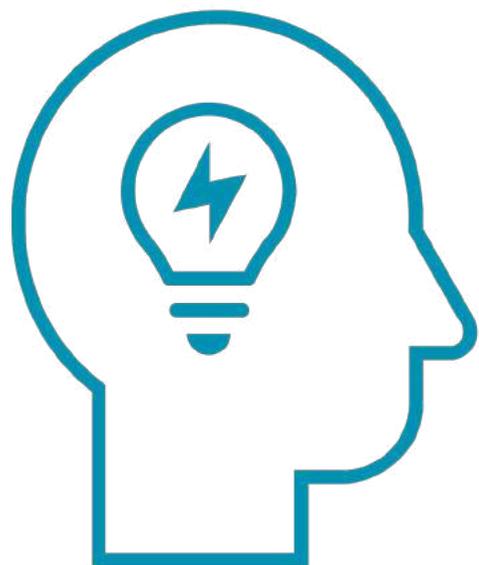
¿Qué piensas, son adecuados,  
qué crees que le falta?

# ¡Ojo!

IA = AA

“Asistencia” Artificial

# REFLEXIÓN



*TD con estrategia  
sencilla y fácil de implantar  
escalable por etapas  
participativa (personas)*



# TFC

1.- Objetivos, planteamiento y documentos del TFC

2.- Presentación del TFC

OBJETIVO: Consolidar los conocimientos adquiridos durante el curso. Trabajar en un caso real de transformación digital para una PYME turística.

PLANTEAMIENTO: Se pide que sea razonable y viable para dicha Pyme, por lo que se tiene que hacer una reflexión justificada de las posibilidades y sus alternativas para iniciar/consolidar el proceso de transformación digital con garantías de éxito.

## Documentos del TFC:

- RESUMEN EJECUTIVO (entre 4 y 6 páginas máximo), tiene que tener un lenguaje muy claro y sencillo adaptado al cliente, que permita entenderlo todo fácilmente en un breve espacio de tiempo.
- ANEXO con el cuestionario del curso cumplimentado.
- POWER POINT (entre 10 y 12 transparencias máximo).

Presentación durante 10 minutos por un miembro del equipo.



# TFC presentación

- ❑ *RESUMEN EJECUTIVO (4 a 6 págs. máx.)*
- ❑ *ANEXO: cuestionario del curso GTD23*
- ❑ *POWER POINT (10-12 máx. transparencias)*

*Tiempo:*

✓ *presentación: 10 minutos*



# Muchas Gracias

Juan Martínez  
juan.martinez@coev.com  
+34 650 24 20 71