



Compromiso  
de Calidad Turística

# Módulo 13

## Estrategia digital

Este material formativo forma parte del Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos (SICTED) de la [Secretaría de Estado de Turismo de España](#) y se distribuye bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-Compartir Igual 4.0 Internacional](#).



SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO



26-05-2021

1

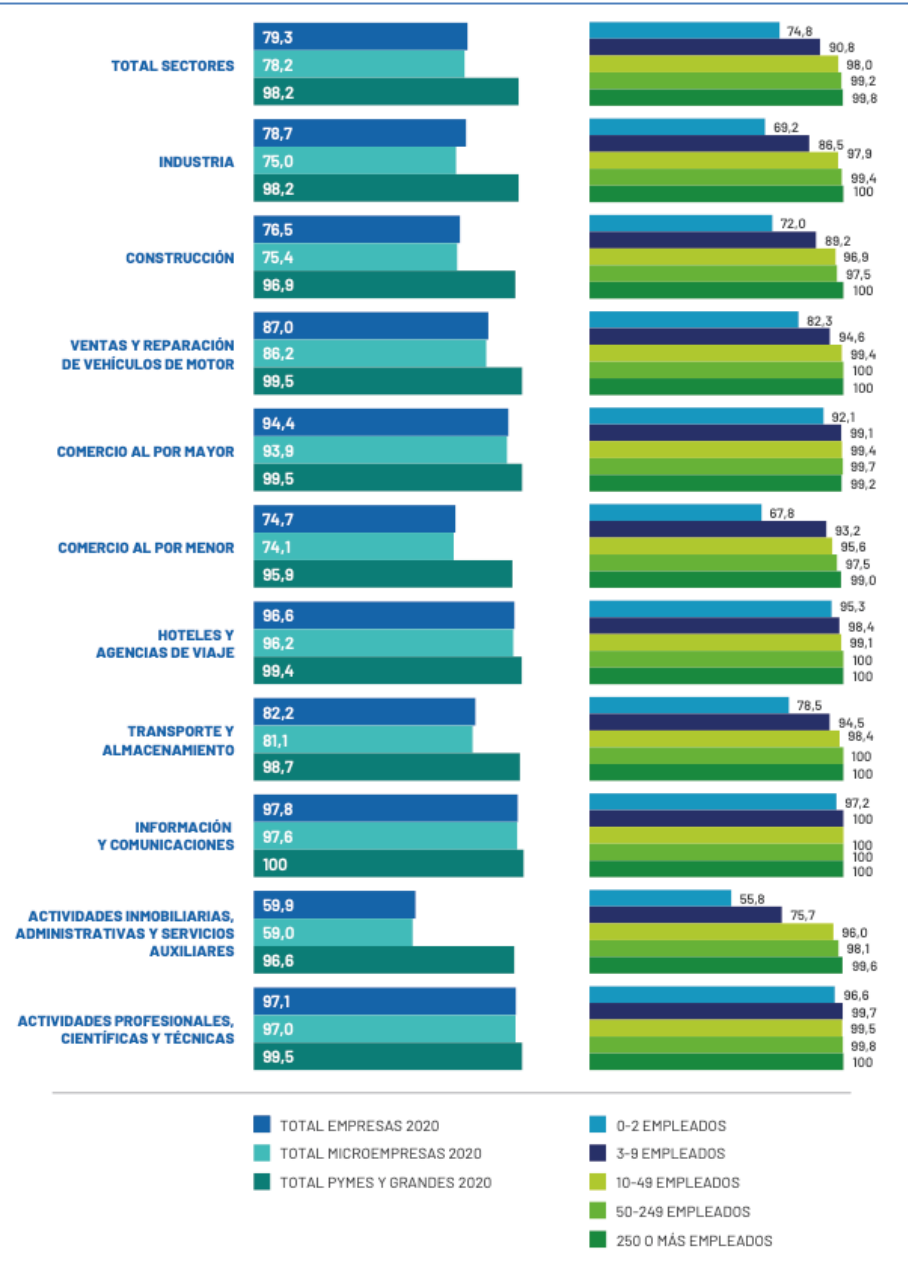
# Contexto

# 1 Contexto

- › La penetración de Internet prácticamente alcanza a la totalidad de las pymes y grandes compañías de España (80%)
- › El porcentaje de empresas de menos de 10 empleados que disponen de acceso a Internet se sitúa en un 78,2% y presenta un crecimiento continuado
- › La presencia de las pymes y grandes compañías en medios sociales ha crecido en 20 puntos porcentuales desde 2016 y se sitúa en un 63%.

Fuente: Informe e-Pyme 2020 (ONTSI)

## LOS SECTORES CON MENOR GRADO DE PENETRACIÓN DE CONEXIÓN POR BANDA ANCHA FIJA SON TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO (70,4%) Y CONSTRUCCIÓN (56,3%)

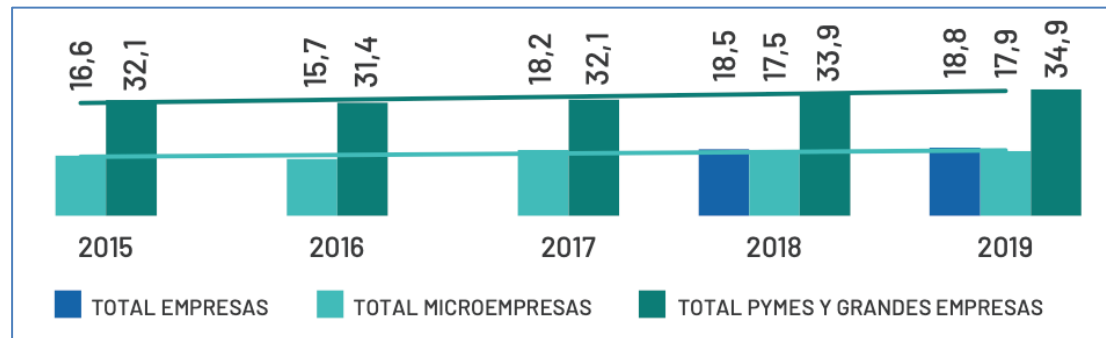


Fuente: Informe e-Pyme 2020 (ONTSI)

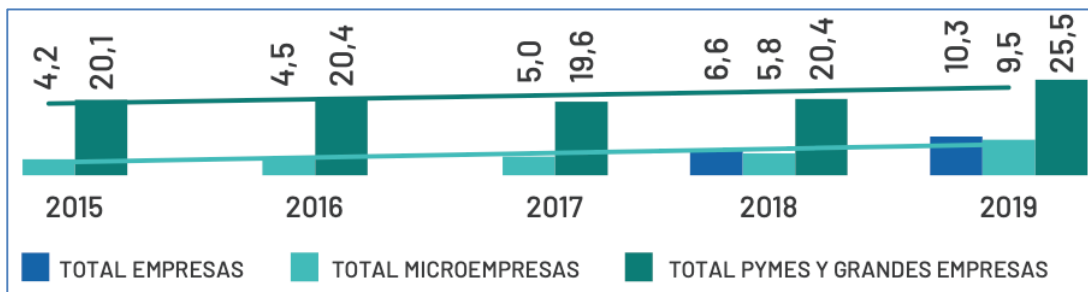
# 1 Contexto

- En 2019, el 35% de las pymes y grandes empresas en España realizaron compras online y el 25% vendieron por medios electrónicos

Evolución de las empresas – compras correo electrónico



Evolución de las empresas – ventas correo electrónico



Fuente: Informe e-Pyme 2020 (ONTSI)

# 1 Contexto

## Lo diferencial de este momento



### El cliente digital

- Siempre conectado
- Con un dispositivo smart móvil
- Demandante de servicios digitales



### La velocidad del cambio

- Tiempo para alcanzar 100 millones de usuarios
- Teléfono fijo 75 años
- Teléfono móvil 16 años
- Internet 7 años
- WhatsApp 3,5 años
- Pokemon Go ¡¡¡25 Días!!!

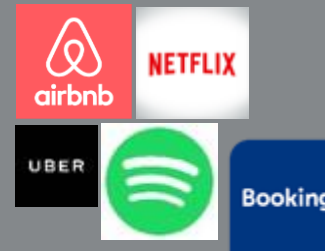


### Nuevas tecnologías facilitadoras

- Cloud Computing
- Movilidad y dispositivos inteligentes
- Big Data / Analytics
- IoT
- Ciberseguridad
- IA / Algoritmos, etc.

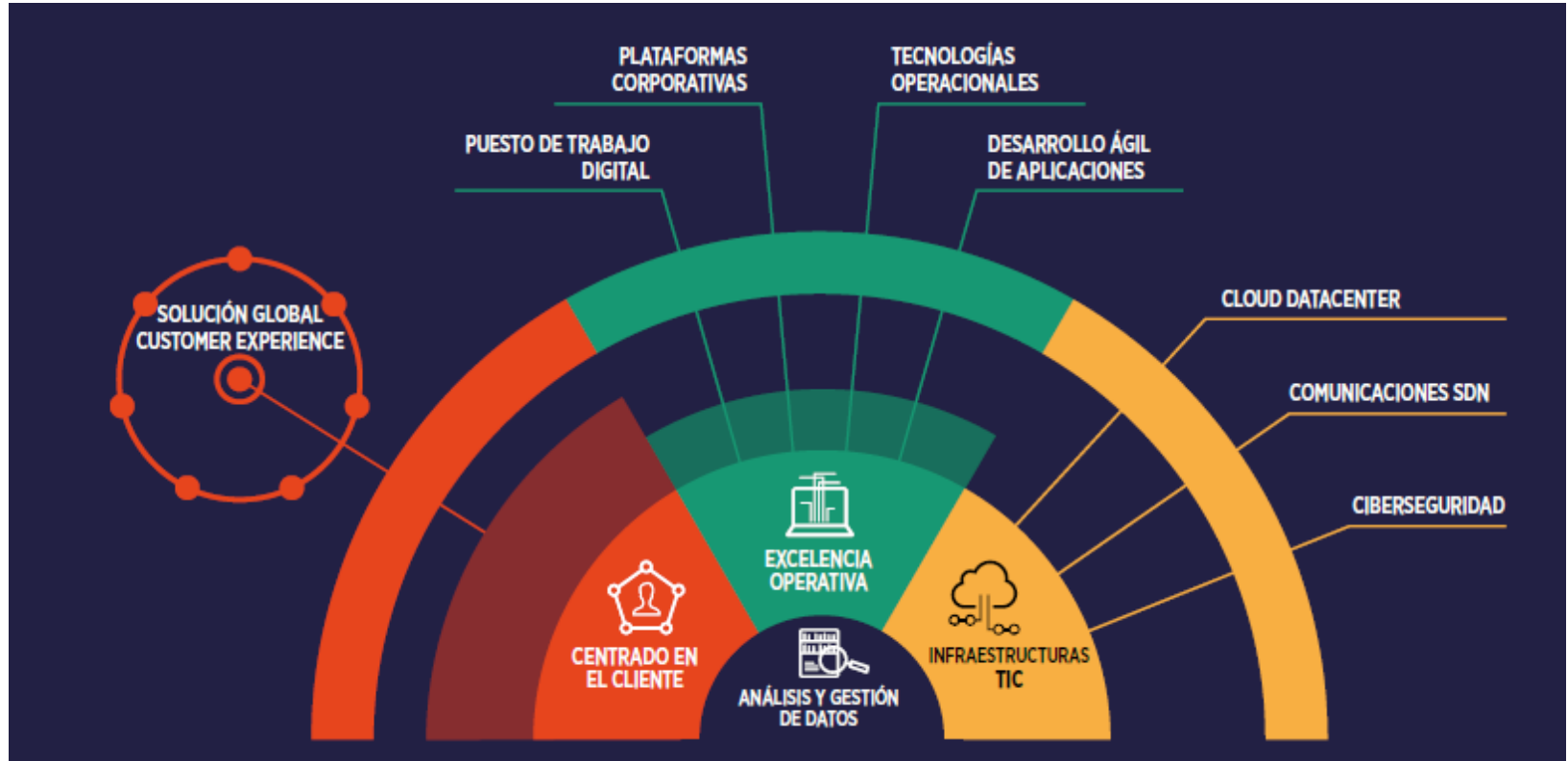


### Nuevos modelos de negocio



# 1 Contexto

## Lo diferencial de este momento



Fuente: El Corte Inglés

# 1 Contexto

## Claves

### MOMENTO CRUCIAL

- Nos encontramos en un **momento crucial**, en el que el **importante desarrollo que las TIC han experimentado debe ahora canalizarse** hacia el desarrollo de una **Economía Digital** que **facilite el crecimiento empresarial**.

### TRANSFORMACION DIGITAL

- Es necesario que la **transformación digital alcance a todos los sectores productivos**, se extienda a toda la economía, para facilitar la recuperación económica y la creación de empleo. La **transformación digital no es un objetivo, es una estrategia**.

### LAS PYMES DEBEN DIGITALIZARSE

- Según diferentes estudios publicados por la Comisión Europea, las **PYMES digitalizadas aumentan su producción un 10% más** que las no digitalizadas.
- También **crecen y exportan el doble y generan el doble de puestos de trabajo**.





# Transformación digital

# 2 Transformación digital

## Digitalización

“Es la reinención de una organización a través de la utilización de la tecnología digital para mejorar su desempeño y optimizar el servicio a sus clientes y a quienes la constituyen”.

Massachusetts Institute of Technology - MIT

# 2 Transformación digital

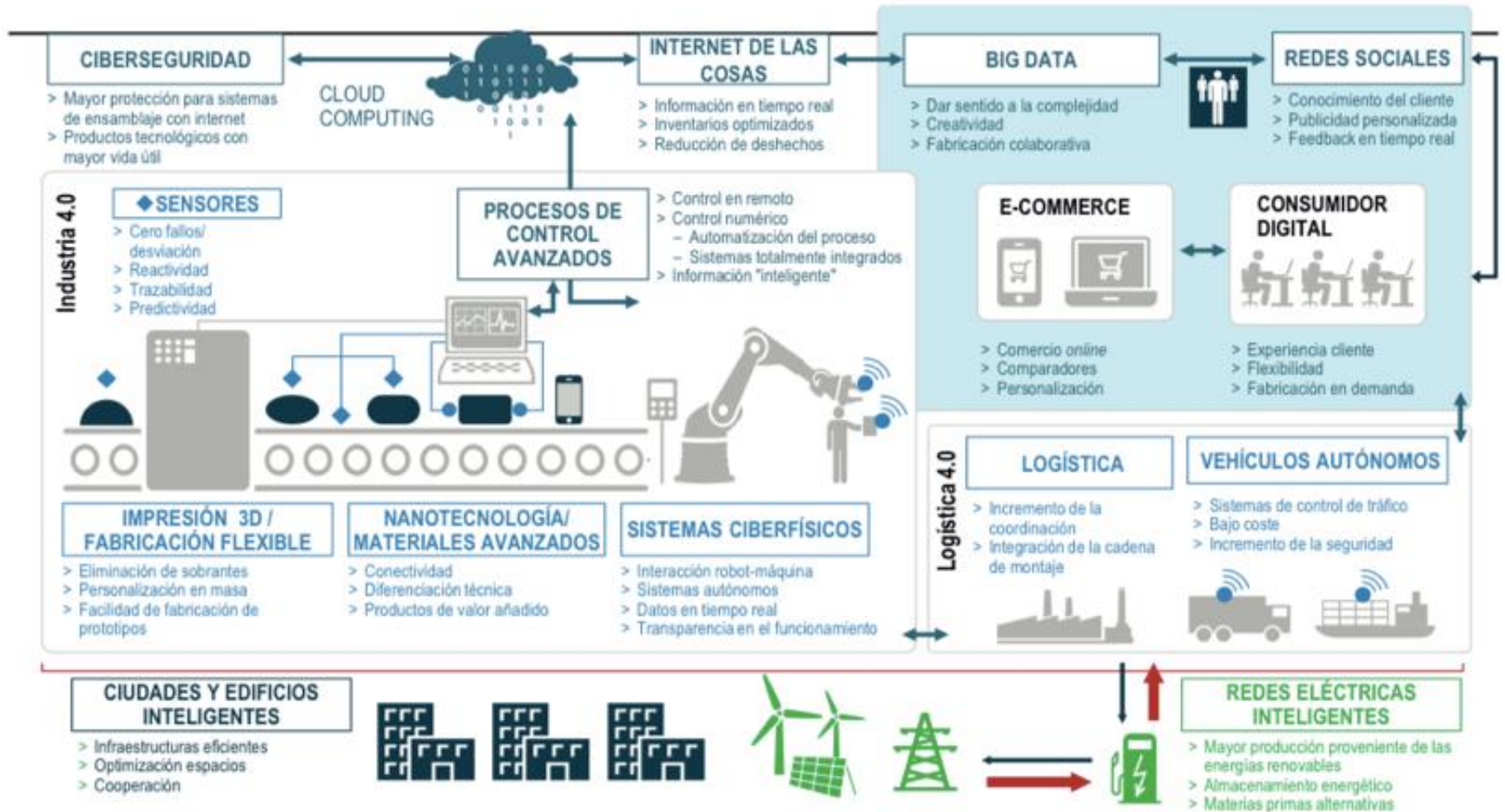
## 2.1 Qué es

“La transformación digital es la adaptación de las cadenas de valor de los distintos sectores de la economía al efecto disruptivo que comienza con el consumidor digital. Es la conexión integral de las distintas áreas de la economía y la manera en la que los jugadores de cada sector se adaptarán a las nuevas condiciones que imperan en la economía digital”.

OCDE

# 2 Transformación digital

## Ejemplo de ecosistema de digitalización



Fuente: Roland Berger



# 2 Transformación digital

## 2.2 Cómo se plasma


Es un...

Plan estratégico,  
diferente en cada  
empresa

Que pretende

-  Rediseñar Modelos de Negocio
-  Transformar Modelos Operacionales
-  Optimizar Procesos
-  Transformar puestos de trabajo y las infraestructuras

Con un enfoque

-  Centrado en el cliente
-  Buscando la eficiencia de las operaciones
-  Con Análisis en tiempo real de la información de negocio

Y un objetivo

-  Crecimiento
-  Mejora del beneficio
-  Calidad servicio
-  Transparencia

Utilizando las  
tecnologías como  
facilitadoras

  
Mobile

  
Cloud

  
Social

  
Analytics

  
Security



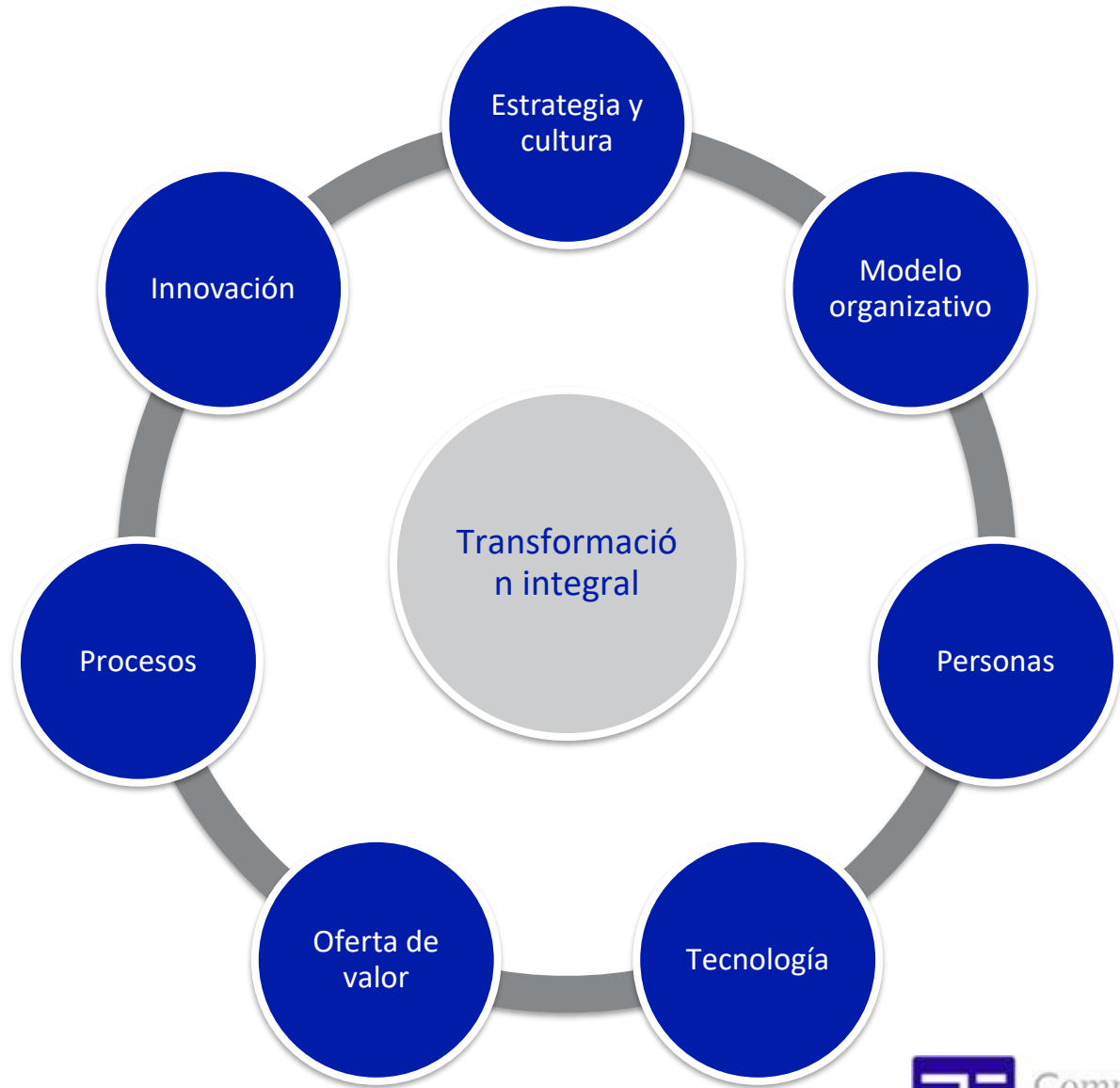
IoT



Cognitive

# 2 Transformación digital

**REVOLUCIÓN DIGITAL  
¿QUÉ SE REQUIERE?**



# 2 Transformación digital

## 2.3 Impactos cualitativos y cuantitativos



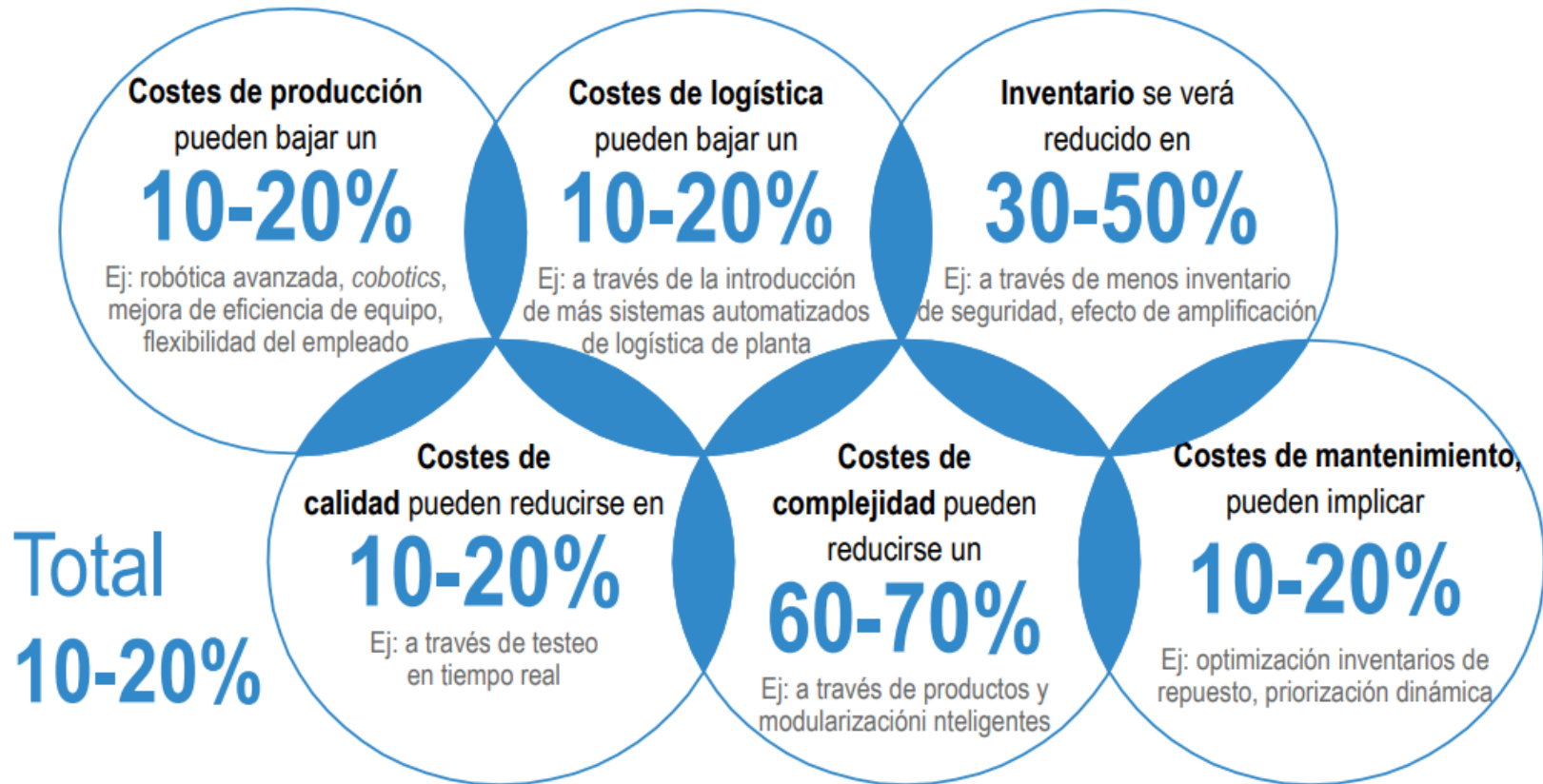
Resultados  
económicos



Bienestar de  
los empleados  
y los clientes

# 2 Transformación digital

## 2.3 Impactos cualitativos y cuantitativos



Fuente: Instituto Fraunhofer para la ingeniería de producción y automatización (IPA); Roland Berger

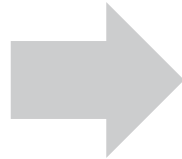


# 2 Transformación digital

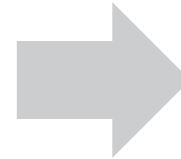
## 2.4 Transformación digital en España



2013



2017



2020

# 2 Transformación digital

## 2.4 Transformación digital en España

### Agenda 2025



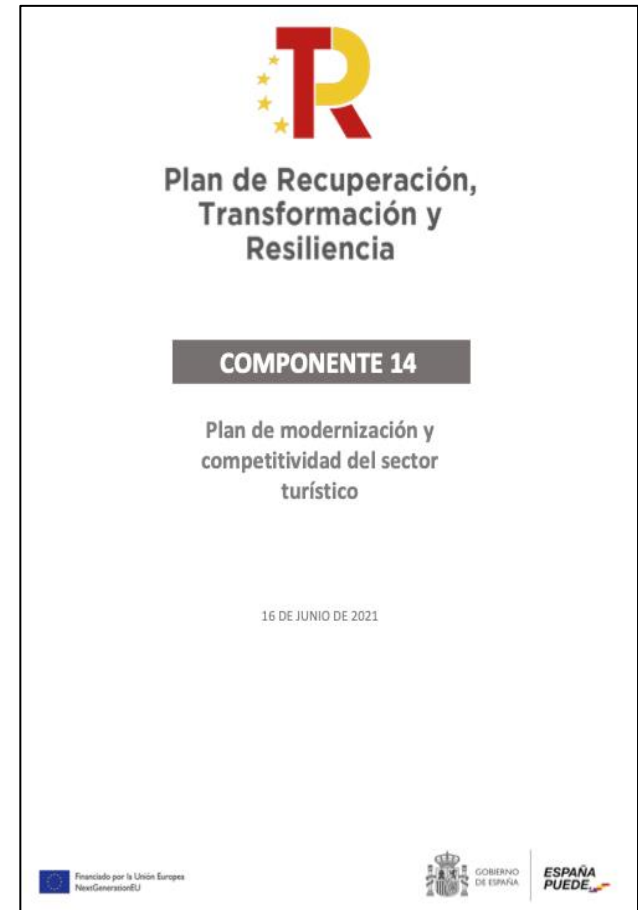
Conectividad digital	Tecnología 5G	Competencias digitales
Ciberseguridad	Administraciones públicas	Empresas
Proyectos tractores	Sector audiovisual	Economía del dato
	Derechos de la ciudadanía	



# 2 Transformación digital

## 2.4 Transformación digital en España (Sector Turístico)

1. Transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad
2. Programa de digitalización e inteligencia para destinos y sector turístico
3. Estrategias de resiliencia turística para territorios extrapeninsulares
4. Actuaciones especiales en el ámbito de la competitividad



# 2 Transformación digital

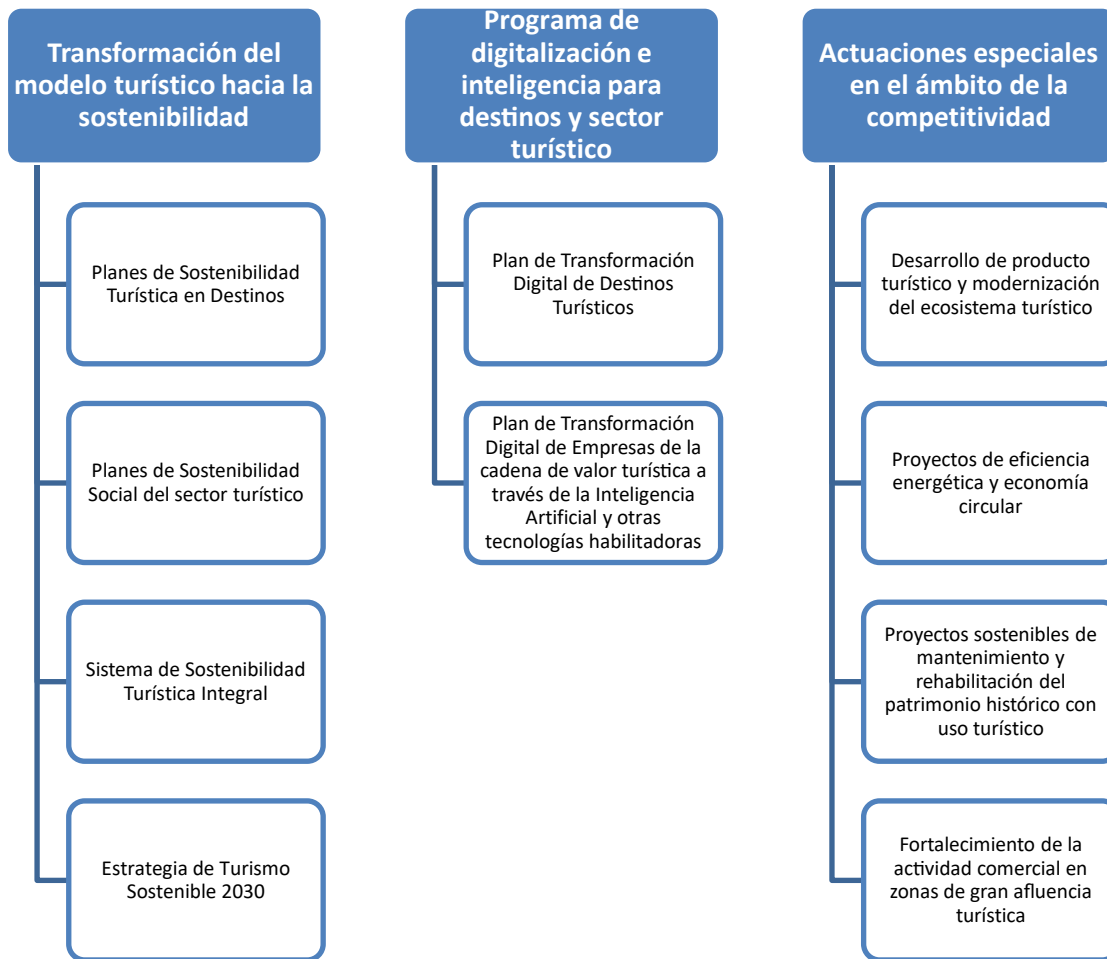
## 2.4 Transformación digital en España (Sector Turístico)

<b>Transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad</b>	<b>1.923M€</b>	<b>56,56%</b>
Programa de digitalización e inteligencia para destinos y sector turístico	337M€	9,91%
Estrategias de resiliencia turística para territorios extrapeninsulares	220M€	6,47%
Actuaciones especiales en el ámbito de la competitividad	920M€	27,16%

Fuente: Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Componente 14. Año 2021.

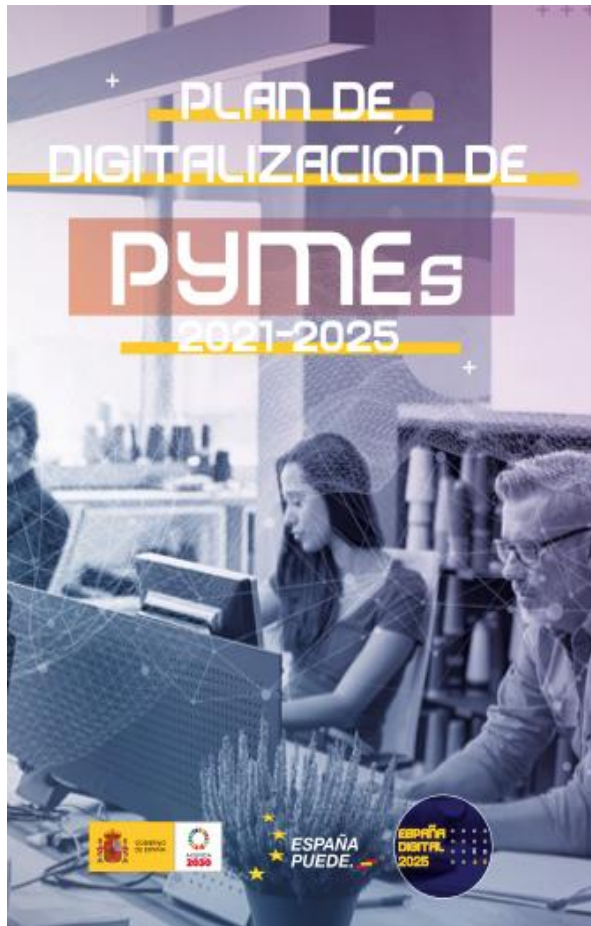
# 2 Transformación digital

## 2.4 Transformación digital en España (Sector Turístico)



# 2 Transformación digital

## 2.4 Transformación digital en España (PYMES)

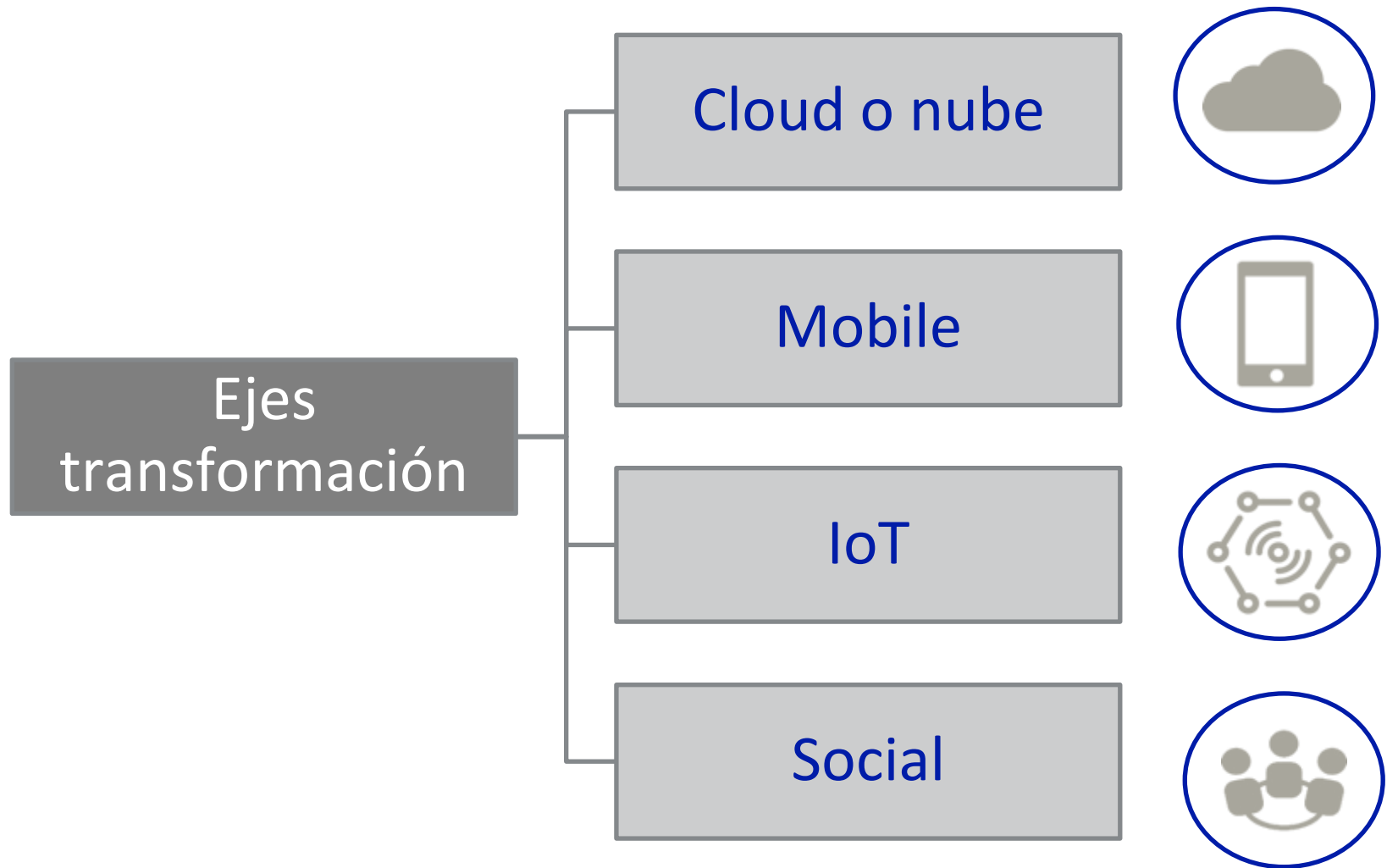


Eje de Actuación	Medidas
1) Digitalización Básica para las PYMES	<p>Medida 1 Programa Digital Toolkit</p> <p>Medida 2 Programa Bonos de Conectividad PYME</p> <p>Medida 3 Programa Protege tu Empresa</p> <p>Medida 4 Programa Acelera PYME</p>
2) Apoyo a la Gestión del Cambio	<p>Medida 5 Programa de Formación de Directiv@s</p> <p>Medida 6 Formación para Expertos en Transformación Digital de las PYMES</p> <p>Medida 7 Programa de Agentes del Cambio</p>
3) Innovación Disruptiva y emprendimiento digital	<p>Medida 8 Programa de Innovación Disruptiva para la Transformación Digital en PYMES</p> <p>Medida 9 Programa de Apoyo a las Agrupaciones Empresariales Innovadoras</p> <p>Medida 10 Programa de Apoyo a los Centros de Innovación Digital (DIH)</p> <p>Medida 11 Programas de Apoyo al Emprendimiento Digital</p>
4) Apoyo a la Digitalización sectorial	<p>Medida 12 Programas Activa Industria</p> <p>Medida 13 Programas de Turismo Digital</p> <p>Medida 14 Programas de Digitalización del Comercio</p>
5) Coordinación, eficiencias y reforma	<p>Medida 15 Red Integrada de Capacidades de Apoyo a las PYMES</p> <p>Medida 16 Sello PYME Digital</p>

# 3

## Los ejes de una estrategia digital turística

# 3 La estrategia digital





# 3 La estrategia digital



## CLOUD

Principales claves de los servicios en la nube para el sector turístico:

- Consolidación de negocios avanzados
- Mejora de la productividad
- Posibilidades de expansión
- Comunicación y colaboración interna
- Flexibilidad y personalización
- Reinención de la relación con el viajero
- Conocimiento y comunicación con el cliente

# 3 La estrategia digital



## CLOUD

Ejemplos de buenas prácticas

*Expansión de la nube y abaratamiento*

Plataforma Destino Inteligentes Rías  
Baixas

Acerca al turista a través de:

- turismo de experiencias
- descubrir el destino
- planificar la vista (en función del perfil)
- permitir “escaparte”



# 3 La estrategia digital



## CLOUD

Ejemplos de buenas prácticas

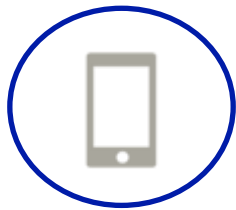
*Contenidos turísticos basados en el Big Data*

### Smartvel

Procesa alrededor de 30.000 eventos diarios para ofrecer información relevante sobre destinos de viaje. Ordena todos esos eventos (conciertos, congresos, fiestas, deportes, teatros, etc.) y con esa información comercializa productos para la industria turística.



# 3 La estrategia digital

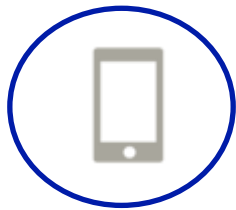


## MOBILE

Principales claves de la movilidad para el sector turístico:

- Respuesta a la demanda del turista
- Posicionamiento
- Calidad del servicio
- Apps para el Turismo
- Nuevos modelos de negocio
- Hacia la conectividad total
- Fidelización
- Oportunidades de negocio
- Analítica de datos para el conocimiento del cliente
- Nuevas experiencias

# 3 La estrategia digital



## MOBILE

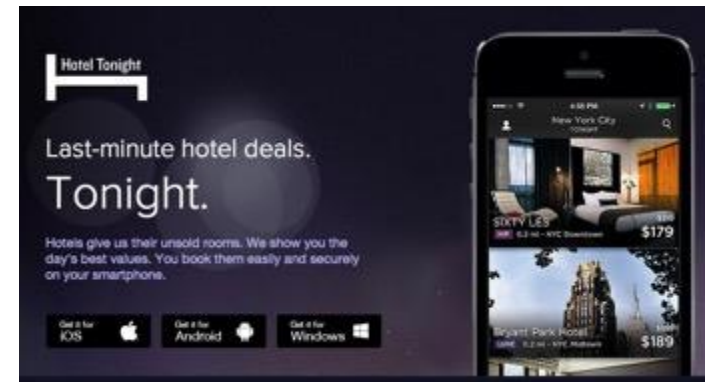
Ejemplos de buenas prácticas

*Combinación CLOUD+MÓVIL+RRSS+NUEVOS NICHOS*



### Hotel Tonight

Ofrece habitaciones en más de 100 destinos del mundo y funciona únicamente bajo la experiencia móvil



# 3 La estrategia digital



## Internet de las cosas

Principales claves de la IOT para el sector turístico:

- Sensorización
- Destinos turísticos inteligentes
- Uso en las grandes cadenas
- Pulseras RFID
- Experimentación

# 3 La estrategia digital



## Internet de las cosas

Ejemplos de buenas prácticas



### Turismo de compras y beacons en LPGC

El ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria ha impulsado el turismo de compras en la ciudad gracias a la implantación de un sistema de comunicación basado en tecnología de “beacons” situados en los principales enclaves de afluencia turística.

Este sistema permite enviar a los teléfonos mensajes “push” en un ratio de hasta 50 metros con ofertas y descuentos en comercios y restaurantes de la zona.



# 3 La estrategia digital



## Redes sociales y economía colaborativa

Principales claves de las RRSS y la economía colaborativa:

- Equipos humanos específicos y especializados
- Adaptación a los hábitos del turista conectado
- Bidireccionalidad
- RRSS conectadas
- Comercio electrónico y reservas
- Nuevos modelos de negocio
- Fidelización
- Negocios disruptivos
- Calidad y diferenciación



# 3 La estrategia digital



## Redes sociales y economía colaborativa

Ejemplos de buenas prácticas

### AirBnB

AirBnB es una plataforma de comercialización de alojamientos que pone en contacto a viajeros que buscan alojamiento con personas que lo ofrecen.

AirBnB cuenta con un millón de alojamientos repartidos en 200 países del mundo, donde España es el tercer país del mundo, con más de 700.000 anfitriones.

Propuesta de valor

Generar confianza al usuario y propietario

Facturación desde el primer día

Importante inversión en marketing

*Engagement* como elemento clave

# 4

Cómo iniciamos la transformación digital de nuestro negocio

# 4 Transformación digital de nuestro negocio

## 4.1 La auditoría digital. Dónde estamos



# 4 Transformación digital de nuestro negocio

## 4.2 Analizar a nuestros clientes

Cómo, cuándo y dónde se informan antes de tomar una decisión de compra. ¿Conoces los hábitos digitales de tus clientes?



# 4 Transformación digital de nuestro negocio

## 4.3 Transformar la cultura de tu empresa



Cultura digital

Lista para atacar  
Los clientes están en el centro de todo  
Datos en tiempo real  
Predominan los planes de negocio esquematizados (modelos lean, canvas...)  
Propensos al riesgo (quiebran rápidamente)  
Frecuencias pruebas con los usuarios finales del producto o servicio  
Se sigue investigando, pero se escucha y se aprende durante el desarrollo de un producto o servicio (ya en el mercado)  
Escasa jerarquía  
Interacción entre diferentes equipos  
Relación con otros expertos (coworking)  
Cubrir la necesidad del cliente es lo más importante

A la defensiva  
Los clientes son distantes  
Informes: los datos miden las acciones del pasado y sirven para evaluar  
Se necesita un plan de negocio empresarial detallado para cada acción  
Reacios al riesgo  
Focus group (grupos de discusión)  
Se realiza una investigación de mercado antes de lanzar un producto o servicio.  
Organigrama empresarial  
Departamentos subdivididos  
Trabajo independiente  
La oferta es lo más importante



Cultura analógica

# 4 Transformación digital de nuestro negocio

## 4.4 Ejemplo de hoja de ruta

- I. Definición de la estrategia digital
  - Plan de identidad digital. Creación de web, blogs y canales digitales
  - Plan de social media
  - Plan de reputación digital
- II. Plan de capacitación digital
- III. Plan de big data y analítica (solo para empresas con mayor nivel de desarrollo digital)
- IV. Creación de base de datos de consumidores, clientes y potenciales y procesos de gestión de clientes
  - Plan de captación y fidelización
- V. Digitalización de la red comercial
- VI. Impulso de una nueva Atención al cliente 2.0
- VII. Creación de redes sociales corporativas
- VIII. Creación del Digital Employer Branding
  - Creación de web, blogs y canales corporativos de empleo
  - Creación de plan de social media de empleo, eRecruitment
  - Creación de BBDD y procesos de gestión de candidatos, TRM (Talent Relationship Management)
- IX. Identificación de procesos a digitalizar
- X. Identificación de nuevos negocios digitales
  - Creación de e-commerce, de apps o de comunidades online
- XI. Identificación del modelo de internacionalización
- XII. Identificación del modelo de innovación digital y soluciones disruptivas



5

# Herramientas para la transformación digital

# 5 Herramientas

Paquete básico de digitalización para PYMES

## Digital Toolkit

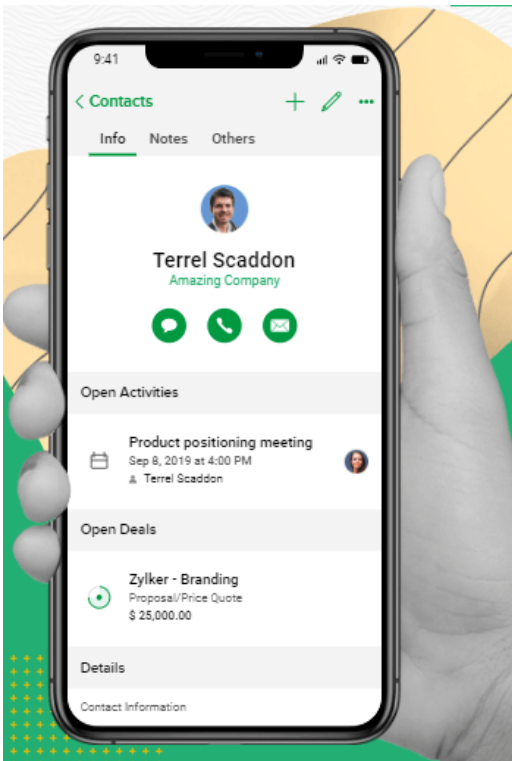
1. Marketing Digital
2. Comercio electrónico
3. Administración de empresa digital



# 5 Herramientas



## Marketing Digital (GESTIÓN DE CLIENTES)



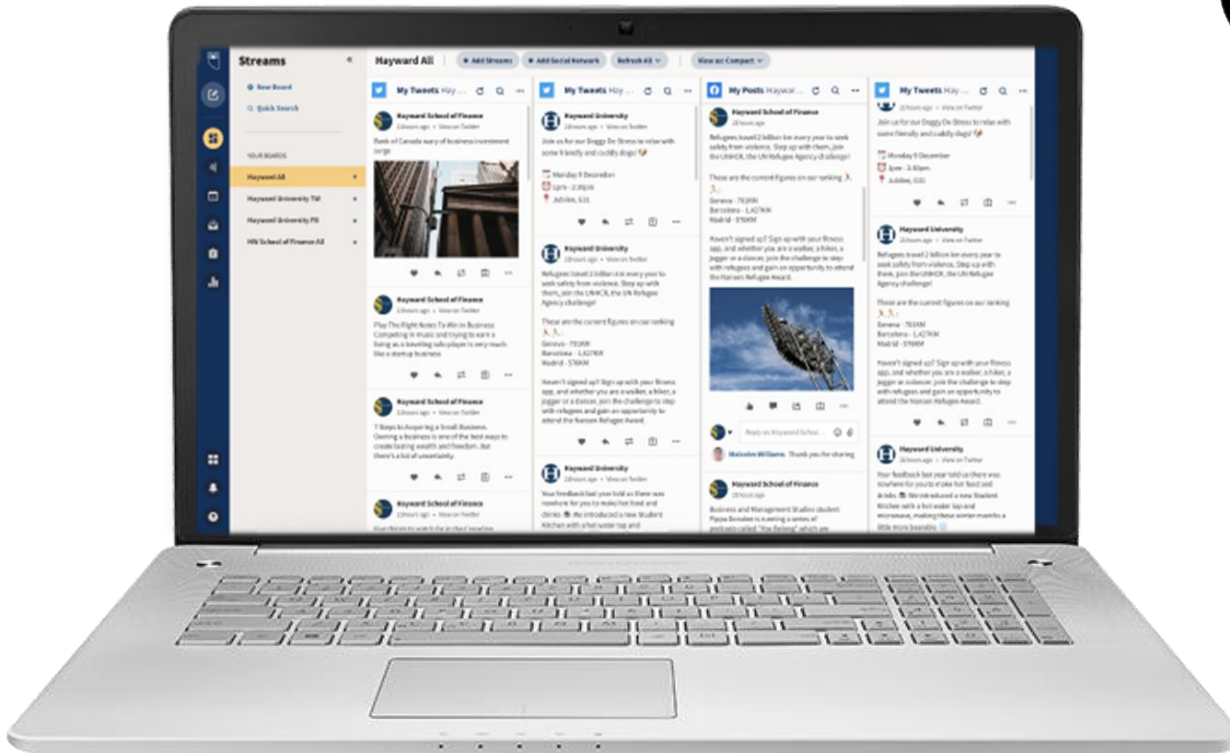
The screenshot shows the Bigin web dashboard with a search bar and a notification for 15 days left in the trial period. The main view is a pipeline for 'Todos los Tratos' (All Deals), sorted by 'Hora de creación' (Creation Time). The pipeline consists of five stages: Clasificación, Necesita análisis, Cotización de propuest..., Negociación/revisión, and Cerrado ganado. Each stage shows the number of deals and their total value.

Clasificación	Necesita análisis	Cotización de propuest...	Negociación/revisión	Cerrado ganado
10.000,00 € • 1 Acuerdo	0,00 € • 0 Acuerdo	2020,00 € • 1 Acuerdo	1,00 € • 1 Acuerdo	15.000,00 € • 1 Acuerdo
<b>Trato 1</b> Sample Contact Estefanía Pena 10.000,00 € • Mañana Sample Inc.	No hay acuerdos en esta etapa <a href="#">+ Acuerdo</a>	<b>Trato 2</b> Sample Contact Estefanía Pena 2020,00 € • Hoy Sample Inc.	<b>Prueba</b> Estefanía Prueba Estefanía Pena 1,00 € • Hoy Conpas	<b>Trato ganado</b> Sample Contact Estefanía Pena 15.000,00 € • Hoy Sample Inc.

Fuente: Conpas

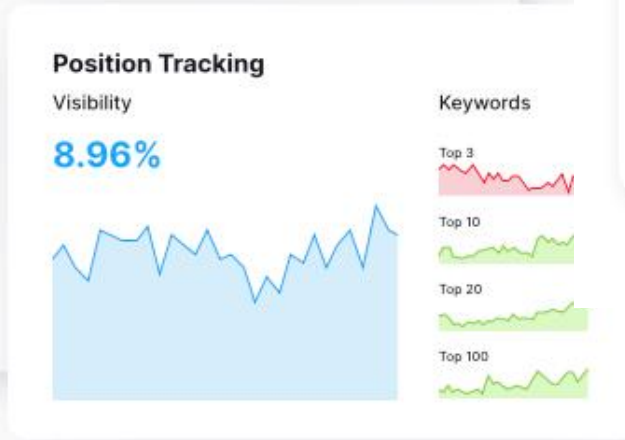
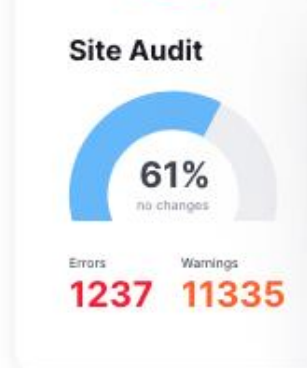
# 5 Herramientas

## Marketing Digital (PRESENCIA DIGITAL)



# 5 Herramientas

## Comercio electrónico



### Topic Research

Content x Search Content on Domain Get Content Ideas

### Headlines

- Form and content
- Vocabulary of Art Terms
- Subject vs Content

### SEO Writing Assistant

Readability: Good SEO

Originality Tone of voice

### Readability

- Split long paragraphs.

### SEO

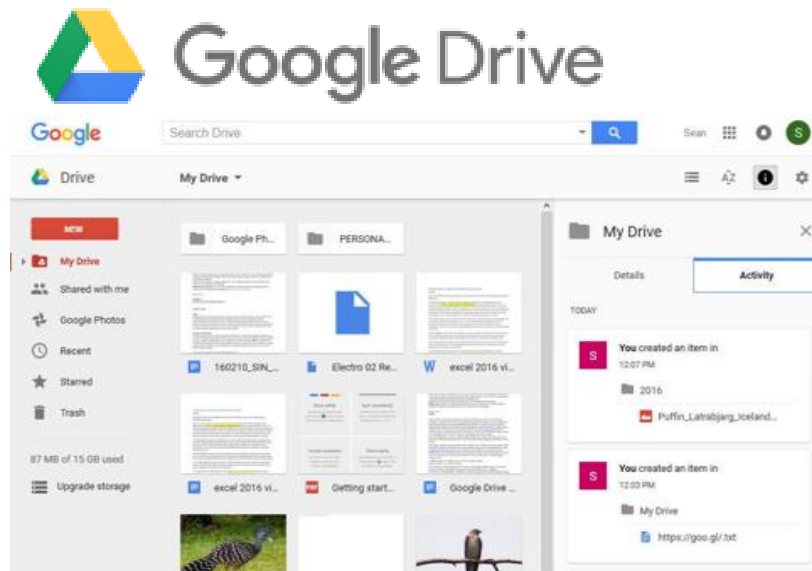
- Use these keywords.
- Add recommended keywords to your text.
- Fix link issues.

### Tone of voice

- Rewrite very casual sentences.

# 5 Herramientas

Administración de empresa digital (ALMACENAMIENTO)



# 5 Herramientas


## Administración de empresa digital (FIRMA ELECTRÓNICA)

 <p><b>Firma biométrica</b> Es la firma manuscrita capturada a través de tablets o pad de firma con capacidad para recoger datos biométricos.</p>	 <p><b>Firma Electrónica con certificados digitales</b> Firma con un certificado digital emitido por un organismo a través del cual se valida la propia firma y la identidad del firmante.</p>	 <p><b>Firma en la nube</b> Firma mediante certificado digital alojado en un servidor seguro (HSM), con autenticación robusta.</p>
 <p><b>Firma Electrónica desatendida</b> Firma con certificado electrónico que no requiere intervención del usuario.</p>	 <p><b>Código de un solo uso (OTP SMS y OTP Email)</b> Firma asociada al envío de un código OTP (One Time Password) mediante SMS, al número de teléfono móvil del firmante.</p>	 <p><b>Firma con huella dactilar</b> Firma electrónica en la que se recoge la biometría dactilar.</p>

Fuente: Viafirma

**DocuSign**

 **Adobe**

 **eversign**

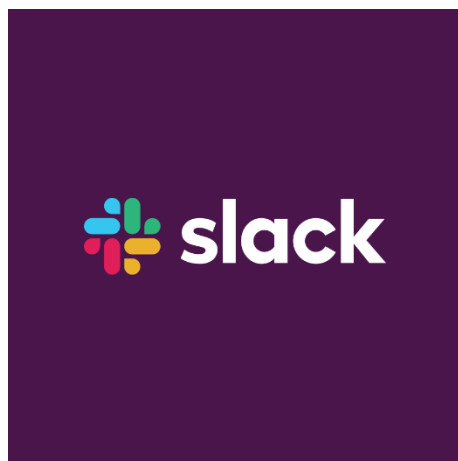
 **viafirma**

# 5 Herramientas

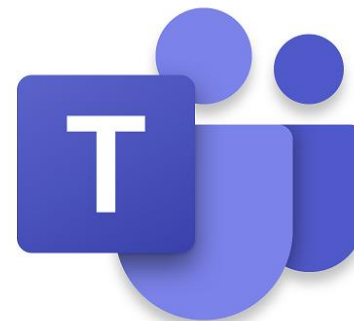
Administración de empresa digital (COMUNICACIÓN)



Google Meet

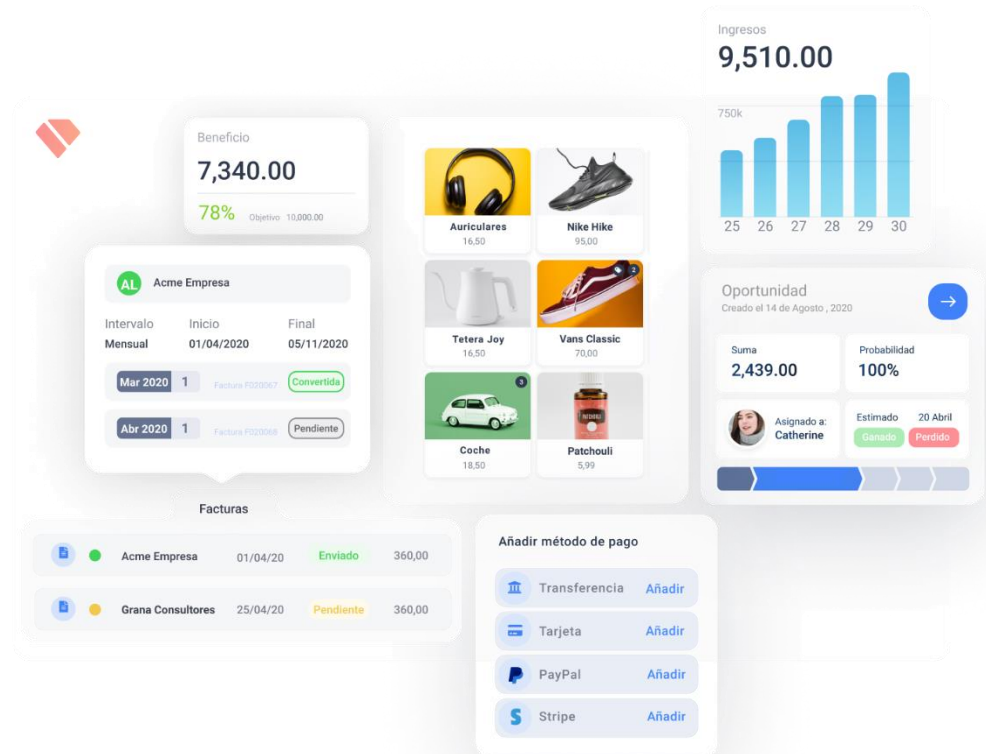


zoom



# 5 Herramientas

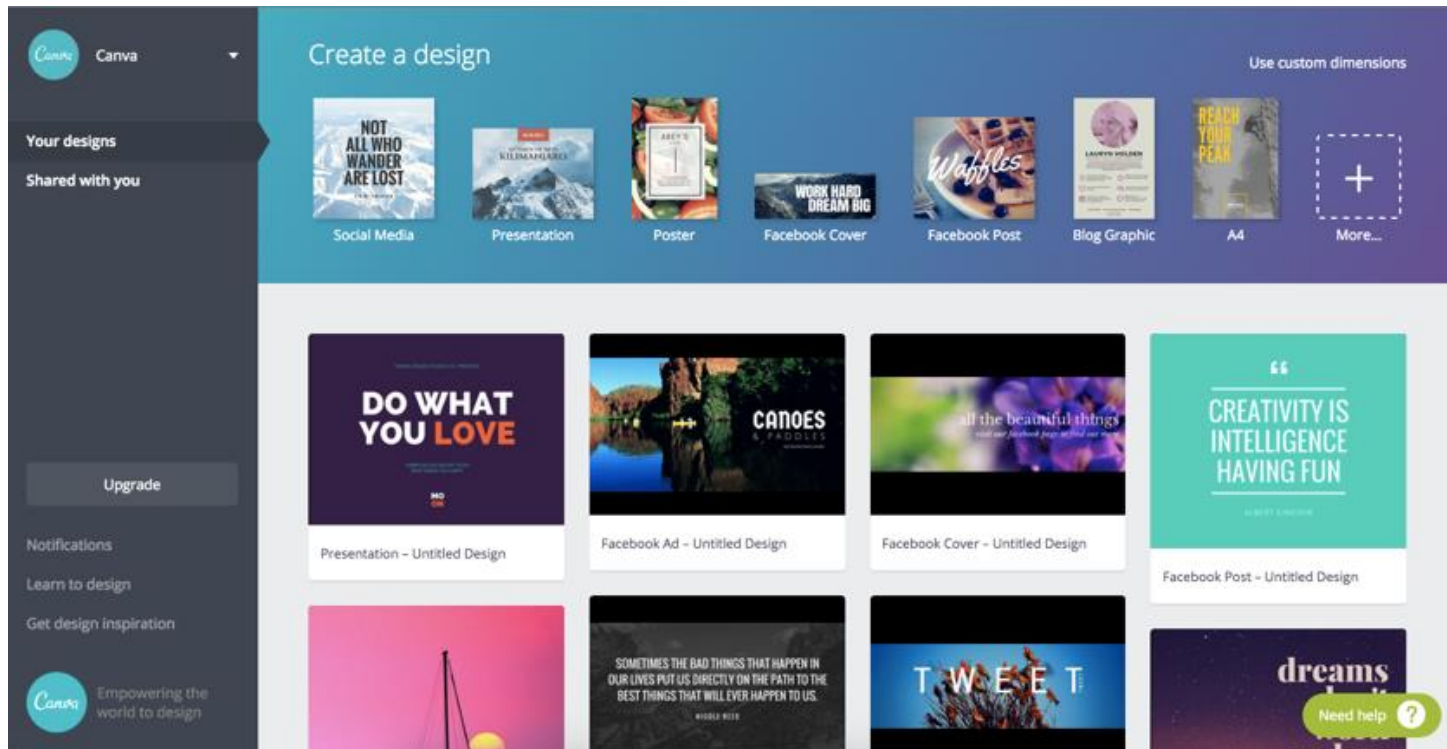
## Administración de empresa digital (ERP)





# 5 Herramientas

## Administración de empresa digital (OFIMÁTICA)





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

sicted@calidadendestino.org