

GUÍA PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA EMPRESA TURÍSTICA





OBJETIVO DE LA GUÍA:

Concienciar a las Pymes del cambio de entorno, de la necesidad de transformarse digitalmente y de los beneficios y oportunidades que se derivan de ello.

Esta guía pretende sensibilizar a las empresas turísticas de que la transformación digital es una necesidad y una oportunidad para la mejora en productividad, competitividad y crecimiento del negocio.

Mayo, 2022

© Textos: Lorena Civera Colomé
José Antonio Villalobos Torres
Enric Montesa Andrés

© Edita: 315 Gramos. Laboratorio Gráfico
Calle Centelles, 9
46006 VALENCIA

ISBN: 978-84-124063-9-9

Impreso por: 315 Gramos. Laboratorio Gráfico

Ilustración portada: [Vector de multimedia creado por rawpixel.com - www.freepik.es](https://www.freepik.es/vectores/multimedia)

Imagen contraportada: [Foto de biometria creado por rawpixel.com - www.freepik.es](https://www.freepik.es/fotos/biometria)

Imagen índice: [Foto de internet de las cosas creado por rawpixel.com - www.freepik.es](https://www.freepik.es/fotos/internet-cosas)

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra sin contar con la autorización de los titulares de la propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de un delito contra la propiedad intelectual (arts. 270 y ss. del Código Penal).



GENERALITAT
VALENCIANA



PRESENTACIÓN

El sector turístico se encuentra inmerso en el pleno proceso de transformación por la incorporación de nuevas tecnologías, inteligencia artificial y tratamiento de datos, una cita con la cuarta revolución industrial a la que no debemos llegar tarde.

De esta puntualidad depende que nuestras empresas y destinos sigan siendo competitivos en un mundo que avanza cada día más deprisa. Por esto, también desde Turisme Comunitat Valenciana, se está realizando un gran esfuerzo de adaptación y liderazgo, con proyectos pioneros como los liderados por Invattur en materia de inteligencia de destinos.

Al mismo tiempo, la llegada de fondos europeos a través de los programas Next Generation busca servir de impulso a estos cambios, para que las instituciones inviertan y desarrollen propuestas más inteligentes, sostenibles e innovadoras.

En definitiva, la apuesta por la digitalización será clave para mantener al sector turístico en una posición de vanguardia. Una vez más, se trata de un trabajo coral, una apuesta de Turisme Comunitat Valenciana para la que necesitamos el apoyo de otros agentes clave de la sociedad y del sector con los que compartir objetivos, con capacidad para conectar con las empresas de nuestro territorio.

Por eso, esta alianza con el Consejo de Colegios de Economistas de la Comunitat Valenciana supone un paso firme en este camino que, en estos momentos, nos permite poner en marcha un ciclo informativo y formativo sobre esta cuestión.

Dicho ciclo, que se ofrece desde la red de Centres de Turisme (CdT), tendrá como soporte la guía que aquí se presenta y en la que se plasman los contenidos que se transmitirán a las empresas turísticas y asesorías y gestorías que les prestan servicios especializados, para comprender la importancia de la transformación digital, los beneficios que aporta, las oportunidades que ofrece, las tecnologías existentes, los instrumentos de financiación, o cómo planificar la estrategia de digitalización.

Sin duda, en esta guía se refleja un solvente y eficiente trabajo del equipo redactor, formado por miembros de los Colegios de Economistas de Castellón, Valencia y Alicante, que servirá para seguir avanzando en los procesos de modernización del sector turístico.

Francesc Colomer Sánchez

Secretario Autonómico de Turisme



ÍNDICE:

06

**LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE LA EMPRESA TURÍSTICA**

08

**TECNOLOGÍAS PARA
LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL**

16

**OPORTUNIDADES QUE OFRECE
LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL**

18

**MADUREZ DIGITAL
DE LA EMPRESA**

24

**CÓMO PLANIFICAR UNA
ESTRATEGIA DE DIGITALIZACIÓN**

26

**CÓMO PROMOVER LA TRANSFORMACIÓN
DIGITAL: ¿QUIÉN ME AYUDA?**

30

GLOSARIO

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA EMPRESA TURÍSTICA

La incorporación de nuevas tecnologías en la empresa es una tendencia consolidada. Vivimos una revolución digital que representa un reto para la pequeña y mediana empresa. El valor que genera la digitalización de los procesos es cada vez mayor y la transformación digital en las pymes del sector turístico es una carrera que tiene como meta la propia existencia.

La transformación digital es el potencial que tiene hoy nuestro negocio para ganar competitividad en un entorno cambiante y cada vez más tecnológico. Es un proceso necesario.

La transformación digital puede definirse como la integración de las nuevas tecnologías en todas las áreas de una empresa dirigida a desarrollar nuevos métodos de trabajo que aprovechen el potencial de la digitalización de los procesos.



Debemos entender la transformación digital como un cambio de mentalidad y del modo de trabajar con el objetivo de mejorar la competitividad, optimizando procesos y otorgando mayor valor añadido a los clientes.

En un entorno cada vez más cambiante e impredecible debemos aprovechar el potencial de las nuevas tecnologías para ser más eficientes y construir nuevos modelos de relación con los agentes de la empresa y entorno.



CLIENTES

- CONOCIMIENTO Y MEJORA DE LA EXPERIENCIA.
- FIDELIZAR E INNOVAR
- DETECTAR MERCADOS EMERGENTES.



PROVEEDORES

- COMPRAS INTELIGENTES
- AHORRO DE COSTES



COLABORADORES

- INTEGRARSE EN LA ORGANIZACIÓN.
- INTERACTUAR.
- ECONOMÍA COLABORATIVA.



EMPLEADOS

- CLOUD, TRABAJO COLABORATIVO.
- CULTURA DE INNOVACIÓN



ADMINISTRACIONES

- RELACIONARSE DE FORMA RÁPIDA Y ÁGIL.
- CUMPLIR CON LOS REQUISITOS PARA OPERAR CON ENTES PÚBLICOS.

TECNOLOGÍAS PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

TECNOLOGÍAS HABILITADORAS

Para el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) las tecnologías habilitadoras con mayor interés para el sector turístico son seis, todas ellas relacionadas con la captación, análisis y transmisión de datos (ver gráfico),



Para el sector turístico las tecnologías mencionadas se concretan en tres cosas; **conectividad, datos** y **personas**. Sumadas hacen posible la **transformación digital** de la empresa turística puesto que sin personas nada es posible y en ausencia de las redes de telecomunicación los datos no van a ninguna parte.



CLAVES PARA LA TRANSFORMACIÓN DE LA EMPRESA TURÍSTICA

¿QUÉ SON LAS REDES?

Llamamos redes de telecomunicación al conjunto de recursos necesarios para el intercambio de información y archivos entre los usuarios de una red.

COBERTURA DE VOZ Y DATOS

La telefonía móvil y el acceso a Internet son esenciales para el turista. Por ello, la empresa turística necesita contar con una buena cobertura y disponer de

un buen ancho de banda. Proporcionar al cliente acceso a Internet se soluciona mediante las redes *Wi-Fi* pero en los próximos años se espera que la llegada de la **telefonía de quinta generación (5G)** mejore sustancialmente los problemas de conectividad tan frecuentes en numerosos destinos turísticos.

DISPOSITIVOS INTELIGENTES

Si dejamos a un lado los **Laptop** (ordenadores portátiles pequeños), los dos dispositivos inteligentes más generalizados son el **smartphone** y la **tableta**. Por su precio accesible y amplia adopción, se puede afirmar que todos los turistas y profesionales del sector cuentan con alguno de ellos.

LAS APPS MÁS UTILIZADAS POR LOS TURISTAS

En la práctica, el turista conectado acaba usando una gran cantidad de aplicaciones para gestionar la reserva y comprar los billetes de viaje y alojamiento. Además, recurre a multitud de opciones para obtener información sobre los destinos turísticos y valoración de los establecimientos de hostelería. Entre las Apps más usadas se pueden citar Booking, Airbnb, Uber, Get Your Guide, Showaround, Civitatis, Foursquare, WhatsApp y un largo etcétera que el profesional de la empresa turística conviene que conozca para comprender mejor al turista actual.

Apps es la abreviatura usada para referirse a las aplicaciones informáticas diseñadas para ser ejecutadas en teléfonos inteligentes, tabletas y otros dispositivos móviles. Hay miles, quizás millones, algunas gratuitas y otras de pago, casi todas disponibles en las plataformas Apple Store y Google Play y a las que hay que acudir según el sistema operativo utilizado por el dispositivo móvil utilizado.

Las Apps usadas por los turistas conectados pueden clasificarse en las siguientes categorías:

- » Apps para conseguir hoteles
- » Apps para conseguir vuelos baratos
- » Apps para conseguir los mejores Tours
- » Apps para conseguir los mejores sitios para comer
- » Apps para la movilidad (tren, automóvil o autobús)
- » Apps para comunicarse o estar comunicados
- » Apps para planificar y organizar viajes

CAPTURA DE DATOS MEDIANTE IOT

Otro tipo de redes son las que conectan sensores y están en la base de lo que se conoce como **Internet de las cosas (IoT)**, cuya importancia será cada vez mayor. Algunos dispositivos inteligentes como los *wearables* y las pulseras inteligentes

son muy interesantes para el sector turístico. También están los *beacon*, unos pequeños dispositivos usados como herramientas de marketing de proximidad y que algunas empresas turísticas han empezado a fijar en paredes o mostradores con la finalidad de mejorar el servicio a su clientela.

¿QUÉ SON LOS DATOS?

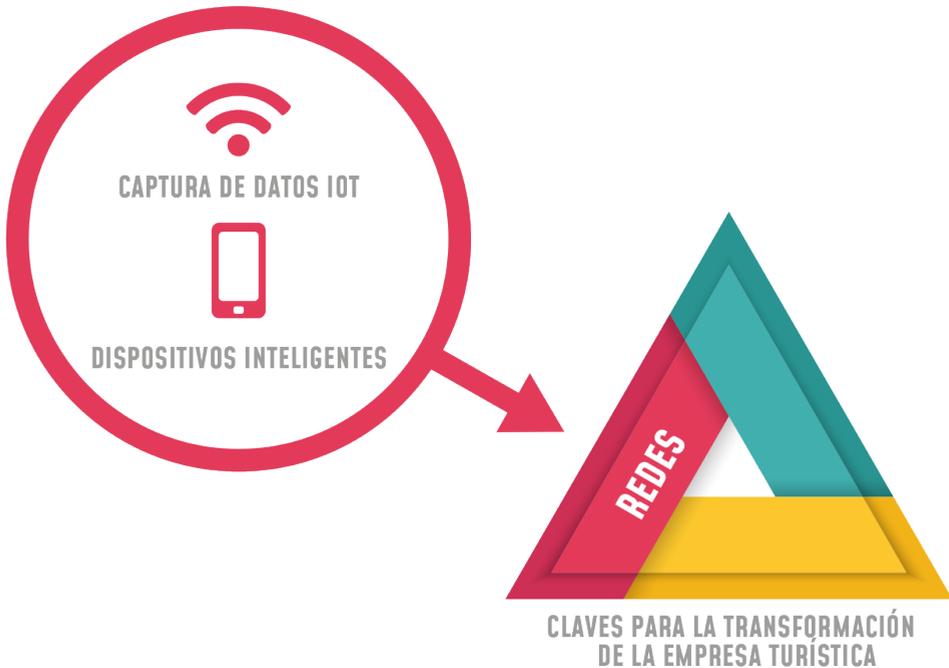
En computación, los datos son información que ha sido traducida a un formato que es eficiente para su transmisión o procesamiento. En relación con las computadoras y los dispositivos inteligentes actuales (teléfonos, tabletas, etc.), los datos son información convertida a **bits**.

COMPUTACIÓN EN LA NUBE

Se llama *computación en la nube* (**cloud-computing**) a los servicios informáticos que empresas y usuarios pueden recibir a través de Internet, incluyendo servidores, almacenamiento, bases de datos, redes y **software**.

La contratación de esta clase de servicios es un modo fácil y muy adecuado para que las empresas puedan acceder de forma rápida, segura y personalizada a recursos tecnológicos que de otro modo les serían inaccesibles.

En la práctica, los autónomos y empresas con pocos empleados no disponen



de recursos económicos para resolver las necesidades informáticas. Al carecer de profesionales dedicados al mantenimiento de equipos y actualización del software, se encuentran en una situación de gran fragilidad, con riesgo de pérdida de información y problemas de continuidad del negocio. Por ello, las soluciones en la *nube*, tanto de las aplicaciones de ofimática como aquellas relacionadas con la gestión empresarial (contabilidad, facturación, almacenes, gestión de clientes, etc.), son una opción cada vez mejor valorada y utilizada por los profesionales del sector turístico.

MACRODATOS (BIG DATA)

Algunos prefieren usar la palabra "Macrodatos", pero al igual que sucedió con la palabra marketing, la expresión "**Big Data**" se ha generalizado para denominar el uso de tecnología digital capaz de capturar y gestionar un gran volumen de información, inviable con las herramientas de procesamiento tradicionales.

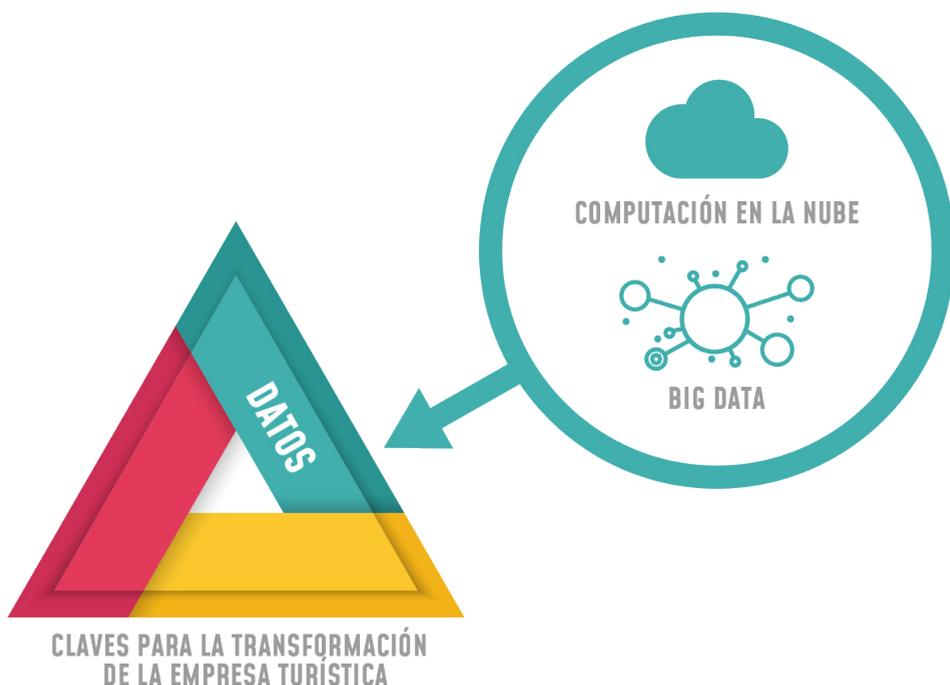
Es importante subrayar que **Big Data** analiza e interpreta no solo grandes volúmenes de datos estructurados, sino también no estructurados (imágenes, audio y multimedia).

#guíaparalatransformacióndigitaldelaempresaturística

En la práctica, **Big Data** sirve para que los datos almacenados de forma remota puedan ser utilizados por las empresas como base para su toma de decisiones.

BLOCKCHAIN

El registro e inmutabilidad de los datos son cuestiones fundamentales resueltas por la tecnología de la **Cadena de Bloques** también conocida como **Blockchain**. Hay proyectos de éxito en el ámbito de la trazabilidad de suministros, pagos y gestión de reservas.



PERSONAS

El mercado son personas y las empresas también. Y todo cambia con las generaciones: necesidades, percepciones y valores de los trabajadores y de los consumidores.

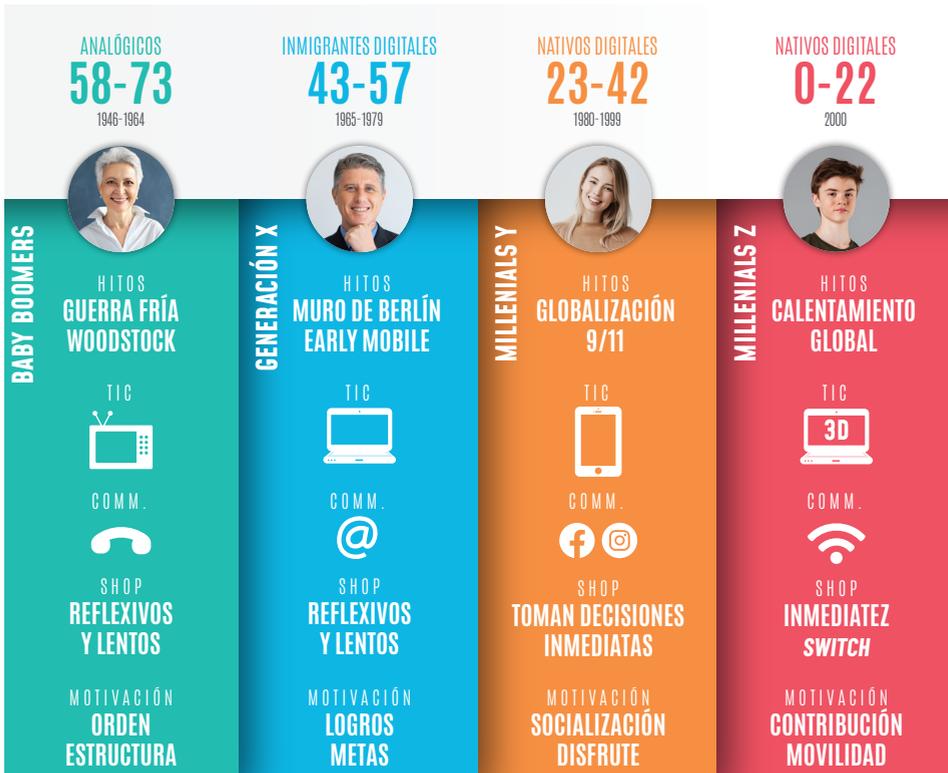
En la actualidad conviven cuatro generaciones, siendo consideradas **nativas digitales** las personas nacidas a partir de 1980. Conocidas como **Millenials**, son usuarios que no tienen dificultades para desenvolverse en entornos digitales, re-

des sociales y cualquier tipo de dispositivos (videojuegos, ordenadores, tabletas y smartphones).

Sin embargo, las generaciones precedentes (**Baby Boomers** y **Generación X**), son mayoritariamente **analógicas**, en algunos casos **inmigrantes digitales**. Es un colectivo con un manejo más limitado de las tecnologías digitales, circunscrito al ordenador personal y sus aplicaciones de escritorio, el correo electrónico y búsquedas por Internet.

Fuente: Esquivel del Rey, Francisco (2017).

"El consumidor ante los productos y servicios de contenidos audiovisuales".



TURISTA CONECTADO

Cada día millones de usuarios buscan información relacionada con sus viajes a través de su teléfono móvil. Hace años que fueron bautizados como "**turistas conectados**" debido a que están conectados a Internet en todas las etapas del viaje, desde la fase de búsqueda de información hasta la compra, también durante la estancia y después del viaje, compartiendo en las redes sociales fotografías, videos y una gran cantidad de información relacionada con su experiencia

del viaje: lugares, establecimientos, etc. Lo anterior se explica por la extraordinaria funcionalidad y facilidad de uso de los dispositivos móviles actuales, que permiten no solo realizar compras o reservas de manera sencilla en cualquier momento y desde cualquier lugar, sino que también proporcionan recursos multimedia y acceso a una información abundante sobre el destino turístico: atractivos de la zona, oferta de alojamiento y restauración, oferta turística complementaria, etc.

EL TURISTA ACTUAL ES UN VIAJERO TECNOLÓGICO:





COMPETENCIAS DIGITALES

Para los profesionales del sector, el turista conectado supone un gran reto. Se necesitan nuevos conocimientos y destrezas digitales para saber quiénes son y qué desean las personas que viajan. Pero ello exige un cambio cultural y una mente abierta a los cambios tecnológicos que facilitan la comunicación e interacción con el turista, la digitalización de los procesos y, en general, promover la innovación en los sistemas de gestión y los modelos de negocio.



OPORTUNIDADES QUE OFRECE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Mejora del control de procesos y reducción de costes.

La tecnología nos ofrece un mejor control en los procesos operativos: compras, gestión de reservas, gestión de partes e incidencias internas... todos estos procesos apoyados en la tecnología se convierten en más eficientes, representando un importante ahorro en costes. La inversión realizada en la herramienta tecnológica tendrá un rápido retorno, además, muchas de estas inversiones no son especialmente caras y pueden ser implantadas de manera progresiva y modulable.

Mejora de la comunicación y conocimiento del cliente.

La interacción en redes sociales ofrece presencia y un feedback con los clientes. No tan sólo se trata de una herramienta de fidelización, sino que disponemos de la oportunidad de conocer el perfil de nuestros clientes y seguidores, conociendo sus gustos, hábitos e intereses.

La empresa puede disponer de herramientas como *CRM* que permiten recoger, además de opiniones y sugerencias de los clientes, muchos otros datos que van a ser gestionados de forma eficiente contribuyendo a la identificación de oportunidades de negocio y permitiendo una rápida adaptación a un entorno cambiante. Hoy, a través de estos sistemas, podemos disponer de información completa y veraz de todo tipo: días y horas de entrada de reservas, intereses alternativos de los clientes que nos recomiendan, clientes que no nos visitan desde un acontecimiento en concreto; y todo aquello que pueda ser resultado de una combinación de datos obtenidos.

Contribuye al trabajo colaborativo e impulsa la cultura de innovación en la empresa.

Las soluciones en *nube*, los gestores documentales, y las herramientas de trabajo colaborativo, hacen posible hoy acceder a la información desde cualquier lugar, trabajar de forma compartida, y actualizar la información de forma

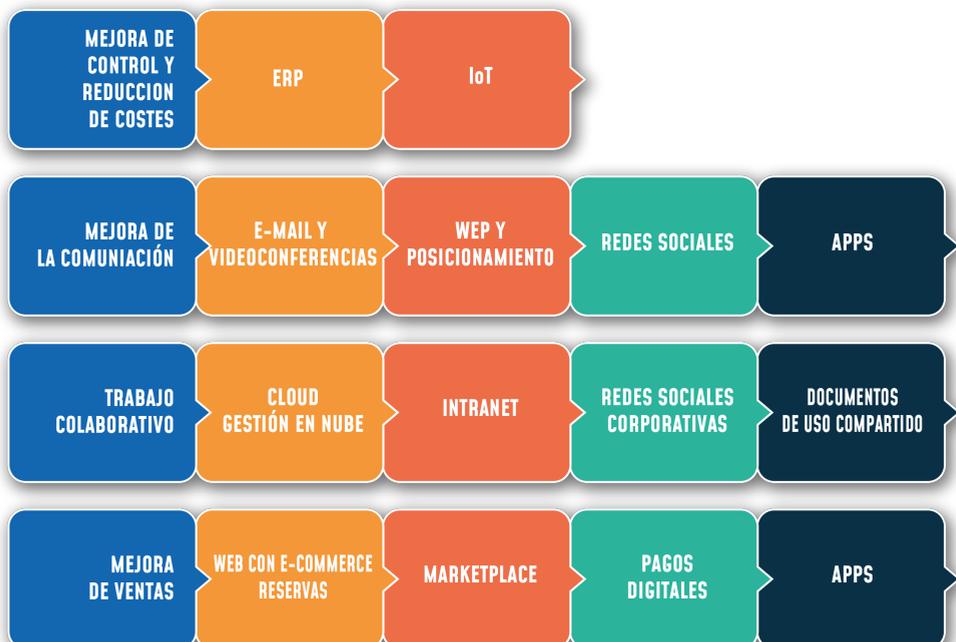
instantánea. Esto representa una mejora en la productividad del equipo de la empresa, que es capaz de dar una respuesta rápida y más satisfactoria.

Una cultura empresarial innovadora impulsa formas de trabajo más productivas y flexibles que fomentan la capacidad de los empleados para aportar ideas nuevas y ayuda a retener el talento.

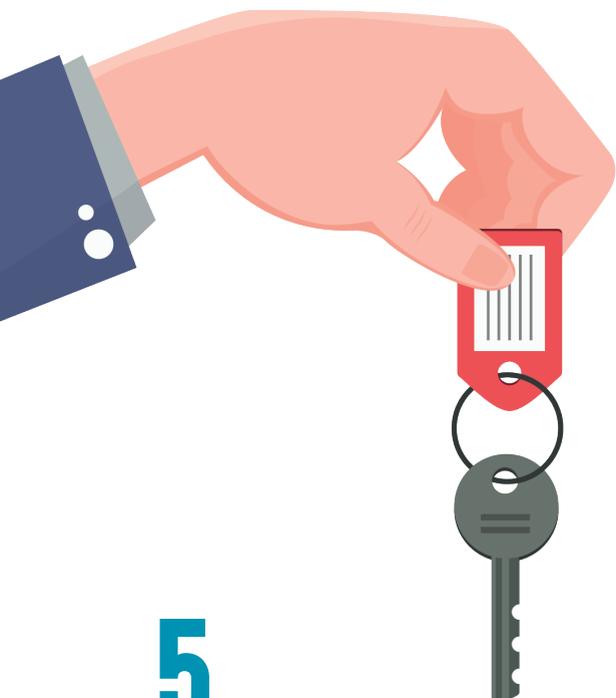
Mejora de las ventas: En el sector turístico la oferta de los servicios de la empresa en Internet marca su existencia. El mercado se encuentra en la red, desde las reservas web, a las apps, buscadores y comparadores. Hoy es tan importante

existir, como que el cliente pueda llegar a nosotros a través de este canal. Ofrecer al cliente la posibilidad de reservar o contratar de forma rápida y sencilla, en cualquier lugar y a cualquier hora multiplica las ventas.

Mejora de la experiencia del cliente. Las experiencias deben ser duraderas y no limitarse a un momento. Podemos prolongarla ofreciendo una experiencia previa, la expectativa, mostrando lo que encontrará, y el después, donde aprovecharemos el recuerdo. Encontramos un potente aliado en las redes sociales, se trata de promover los vídeos de Facebook, stories de Instagram...



MADUREZ DIGITAL DE LA EMPRESA



5 LLAVES HACIA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

- 1 Entorno conectado (mobile)**
Auge de las reservas online vía móvil y utilización de la apps
- 2 Big Data – Open Data**
Conocimiento del cliente. Disponemos de información del sector, de nuestros clientes, apps, escucha activa...
- 3 Redes Sociales**
Ampliar la experiencia del cliente ofreciendo un antes, durante y después.
- 4 El internet de las cosas (IoT)**
Permite al usuario gestionar cosas que tradicionalmente se realizarían de forma manual. Aporta valor añadido.
- 5 Inteligencia Artificial (IA)**
Asistentes Virtuales. Chatbots. Personalizar la experiencia.

¿CUÁL ES EL MOMENTO ADECUADO?

Son muchas las empresas que ya han tomado consciencia y abordan un plan de transformación digital.

Las tecnologías han transformado al cliente y la digitalización forma parte de nuestras vidas. Todo nuestro entorno ha cambiado y nos encontramos en la era digital. Los clientes de hoy son clientes digitales

Competimos en un entorno cambiante, con tecnologías que permiten al cliente decidir, no sólo lo que quiere comprar, sino dónde, cómo y cuándo hacerlo. Cada vez encontramos más empresas que desarrollan una extraordinaria capacidad para atender esa demanda y poder ofrecer un servicio adaptado y personalizado.

Debemos tomar consciencia de esta necesidad y abordar la transformación digital con inmediatez.

Se trata de un reto para la pequeña y mediana empresa.

¿QUÉ NIVEL DE MADUREZ DIGITAL TIENE MI NEGOCIO?

La madurez digital de la empresa turística es determinante para su subsistencia y crecimiento. Debemos autoevaluarnos y determinar nuestro nivel actual de ma-

urez digital, así como marcarnos el objetivo que pretendemos alcanzar.

Te proponemos realizar el siguiente cuestionario que te ayudará a determinar el estado de madurez actual de tu negocio.

1.- ¿SOY CONSCIENTE DE LA IMPORTANCIA QUE LA DIGITALIZACIÓN PUEDE TENER SOBRE MI NEGOCIO?

- No creo que aporte grandes beneficios a mi negocio
- Creo que puede resultar beneficioso pero aún no la he aplicada en mi negocio
- Es importante y ya me he planteado algunos objetivos
- Tengo un Plan y ya dedico recursos a ello
- Mi negocio ya es digital

2.- ¿CONOZCO LAS HERRAMIENTAS DISPONIBLES PARA DIGITALIZAR MI NEGOCIO?

- Desconozco que herramientas puedo utilizar
- Tengo alguna idea al respecto pero todavía no me he informado
- Conozco las herramientas que se utilizan en mi sector
- Estoy al corriente de las nuevas tendencias que podrían afectar a mi sector

3.- ¿CUÁL DE ESTOS CANALES DIGITALES EMPLEO EN MI NEGOCIO?

- Ninguno
- Página web
- Redes Sociales (RRSS)
- Blog
- Plataformas intermedias (Amazon, Idealista, Booking, Just Eat, otros)
- Email marketing
- Otros

4.- ¿UTILIZO ESTOS CANALES PARA PROMOCIONAR MI NEGOCIO?

- No
- Ofrezco información básica de mi negocio
- Desarrollo campañas de publicidad tradicional
- Campañas de publicidad online
- Publico eventos y noticias de interés de mi negocio
- Me comunico con mis clientes

5.- ¿UTILIZO ESTOS CANALES PARA RELACIONARME CON MIS CLIENTES?

- No
- Recojo y analizo datos de las características generales de mis clientes

- Analizo el comportamiento y opiniones de mis clientes para mejorar su experiencia
- Ofrezco servicios post venta y atención a mis clientes
- Involucro a mis clientes en el diseño de productos y servicios

6.- ¿UTILIZO ESTOS CANALES DIGITALES PARA VENDER MIS PRODUCTOS Y SERVICIOS?

- No
- Presento el catálogo de productos y servicios
- Permito realizar pedidos y reservas online
- Permito realizar pagos online
- Permito realizar el seguimiento del estado de los pedidos

7.- ¿CUÁLES DE LAS SIGUIENTES HERRAMIENTAS UTILIZO EN MI NEGOCIO PARA RELACIONARME CON MIS CLIENTES?

- Ninguna
- Correo electrónico
- Mensajería instantánea
- Servicios en la *nube*
- Servidores compartidos
- Videoconferencias
- Otros

8.- ¿CONSIDERAS ADECUADO EL NIVEL DE CONOCIMIENTOS DIGITALES DE TUS EMPLEADOS?

- Lo desconozco
- No
- Sí, aunque es básico
- Sí, es muy adecuado

9.- ¿EN MI NEGOCIO SE REALIZA FORMACIÓN EN ALGUNA TEMÁTICA VINCULADA A LA DIGITALIZACIÓN?

- No
- Se está planteando
- Sí, de manera puntual
- Sí, de manera frecuente

10.- ¿SE PERMITE EL TELETRABAJO EN TU NEGOCIO?

- No se permite o no es viable
- Se fomenta
- Sí, se permite

11.- ¿CUÁLES DE LAS SIGUIENTES HERRAMIENTAS UTILIZO EN MI NEGOCIO PARA LA COMUNICACIÓN Y COLABORACIÓN ENTRE MIS EMPLEADOS?

- Ninguna
- Correo electrónico
- Mensajería instantánea

- Servicios en la *nube*
- Servidores compartidos
- Videoconferencias
- Otros

12.- ¿QUÉ MEDIOS DE PAGO SE EMPLEAN EN MI NEGOCIO?

- Efectivo
- TPV sin contactless
- TPV con contactless
- Pago móvil
- Contra reembolso
- Transferencia / domiciliación
- Pay Pal
- Pasarela de pago

13.- ¿SE HA ADECUADO MI CATÁLOGO DE PRODUCTOS / SERVICIOS A LA NUEVA REALIDAD DIGITAL?

- No
- Se está planteando
- Se han adaptado los productos / servicios actuales
- Se han creado nuevos productos / servicios exclusivos de naturaleza digital
- Sólo trabajo con productos / servicios digitales

14.- ¿QUÉ TIPO DE DISPOSITIVOS O RECURSOS UTILIZO EN MI NEGOCIO?

- Ninguno
- Móvil
- Tablet
- Ordenador de sobremesa
- Ordenador portátil
- Otros

15.- ¿TIENEN MIS DISPOSITIVOS CONEXIÓN A INTERNET?

- No
- Sólo desde el puesto de trabajo
- En cualquier lugar de la oficina / establecimiento
- Desde cualquier lugar, dentro o fuera de la oficina / establecimiento

16.- ¿CÓMO ES LA CONEXIÓN DE INTERNET EN MI NEGOCIO?

- La conexión de Internet es insuficiente para mi negocio
- La conexión de Internet es suficiente para mi negocio

17.- ¿QUÉ MEDIDAS ADOPTO PARA LA SEGURIDAD INFORMÁTICA DE MI NEGOCIO?

- Ninguna
- Documento con medidas de seguridad establecidas

- Actualización frecuente de software
- Antivirus
- Copias de seguridad
- Actualización de contraseñas
- Protección de datos personales
- Otras

18.- ¿CUÁLES DE LAS SIGUIENTES HERRAMIENTAS DIGITALES UTILIZO EN MI NEGOCIO?

- Ninguna
- Herramientas ofimáticas
- Herramientas de gestión de contabilidad
- Herramientas de administración de procesos y recursos. *ERP*
- Herramientas de gestión de clientes. *CRM*
- Factura electrónica
- Herramientas y software especializado de trabajo
- Business Intelligence
- Otras

19.- ¿CUÁLES DE LAS SIGUIENTES HERRAMIENTAS UTILIZO EN MI NEGOCIO PARA LA COMUNICACIÓN Y COLABORACIÓN CON MIS PROVEEDORES Y OTROS AGENTES?

- Ninguna
- Correo electrónico

- Mensajería instantánea
- Servicios en la *nube*
- Servidores compartidos
- Video conferencias
- Otros

20.- ¿EN QUÉ GRADO SE ENCUENTRAN AUTOMATIZADOS LOS PROCESOS EN MI NEGOCIO?

- No están automatizados
- Se está introduciendo y solo una parte de ellos están automatizados
- Todos los procesos están automatizados
- Los procesos están automatizados

21.- ¿CÓMO SE GESTIONAN LOS DATOS EN MI NEGOCIO?

- No se recogen datos
- Se recogen datos de forma manual
- En algunos procesos se recogen datos de forma manual y en otros se monitorizan de forma automática
- Se realiza monitorización automática de datos

22.- ¿QUÉ DATOS RECOJO EN MI WEB?

- No tengo web
- Tráfico usuario y sesiones
- Análisis detallado de interacciones web

- Seguimiento de todas las acciones de todos los usuarios en todos los canales de venta

23.- ¿PARA QUÉ UTILIZO LOS DATOS QUE RECOJO EN MI NEGOCIO?

- No hago nada con ellos
- Se emplean para el control del proceso
- Se emplean para optimizar el proceso
- Se emplean para actuar sobre el proceso en tiempo real.

24.- ¿UTILIZO HERRAMIENTAS ANALÍTICAS PARA ANALIZAR EL RENDIMIENTO DE MI E-COMMERCE Y CAMPAÑAS DE MARKETING?

- No
- Sí, las analizo de vez en cuando
- Sí, tenemos la analítica web integrada en los procesos

¿CÓMO PLANIFICAR UNA ESTRATEGIA DE DIGITALIZACIÓN?

Para una estrategia exitosa debemos trabajar los siguientes puntos esenciales:

1/ ASIGNAR ROLES Y RESPONSABILIDADES AL PERSONAL

Es importante asignar el rol de gestión del proyecto a uno de los miembros del equipo que sea capaz de involucrar a toda la organización, de manera que comprendan el verdadero valor del proceso de transformación digital.

2/ FIJAR PRESUPUESTO Y TIEMPO DISPONIBLE

Antes de iniciar un proyecto de digitalización en la empresa resulta imprescindible fijar el presupuesto que podemos comprometer, así como el tiempo del que disponemos para ejecutarlo.

Desde este punto de vista resulta conveniente contar con socios y proveedores fiables, que cuenten con experiencia en este tipo de proyectos, de manera que puedan desarrollarse sin incidentes ni costes adicionales.

3/ IDENTIFICAR LAS ÁREAS DEL NEGOCIO QUE REQUIEREN MEJORAS DE DIGITALIZACIÓN

Establecer un catálogo de prioridades a corto, medio y largo plazo. Seguro que en la empresa o negocio existen problemas que deben ser resueltos con urgencia y otros que pueden esperar.

4/ CONSULTA E INFORMA A TUS EMPLEADOS SOBRE LOS CAMBIOS DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

La transformación digital implica cambios importantes en el funcionamiento de la empresa, por eso es importante hablar con los empleados que aportarán información clave, lo que ayudará a establecer las prioridades y les ayudará a la vez a entender la importancia de la transformación digital y en que les va a beneficiar en el futuro.

5/ FIJAR OBJETIVOS A LARGO PLAZO Y PLANIFICAR EN CONSONANCIA

La transformación digital representa un esfuerzo continuo de mejora de las

operaciones de la organización a través de las nuevas tecnologías. Por tanto si queremos sacar el mayor provecho a este proceso de transformación digital no sólo debemos atender a nuestras necesidades actuales sino que debemos mirar y trazar planes de futuro, en un horizonte de 3-5 años

6/ RECURRE A EXPERTOS Y TRABAJA CON LA TECNOLOGÍA Y SOCIOS ADECUADOS.

Recibir orientación y apoyo externo nos ayudará, no sólo a guiar nuestro proce-

so de transformación digital evitando su fracaso, sino que nos permitirá identificar los proveedores de tecnología y servicios más adecuados para que nos acompañen en el proceso de transformación digital. Encuentra una empresa que entienda nuestro sector de manera que nos aseguremos que cualquier aplicación, sistema o tecnología que implantemos nos resulte de utilidad.



CÓMO PROMOVER LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL: ¿QUIÉN ME AYUDA?



La transformación digital debe entenderse como un proceso, que requiere de un análisis previo, una planificación y un proceso de implementación, para conseguir una transformación completa.

Se trata de elegir las tecnologías más adecuadas para cada empresa, y que mantengan unidad con la hoja de ruta que se haya establecido previamente.

La transformación digital tiene un inicio, pero es un proceso continuo de análisis y mejoras donde nunca debemos quedarnos estancados y en avance continuo.

Adquirir equipamiento y tecnologías no es suficiente. De hecho,

las empresas que inician el proceso de transformación digital cuentan con un amplio catálogo de soluciones digitales ofrecidas por proveedores tecnológicos en modalidad de *computación en la nube* [Cloud Computing] a precios muy asequibles para profesionales, micro y pequeñas empresas.

Realmente, la transformación digital para la mayoría de las empresas es sobre todo un **proceso de adopción digital** consistente en digitalizar procesos y avanzar en el marketing digital. Pero ello exige **Talento Digital**.



TALENTO DIGITAL

El talento tiene que ver con la creatividad y la intuición, pero también con la capacidad para aprender rápidamente. Son cualidades muy necesarias en el mundo empresarial. No se trata de tener títulos y haber realizado estudios, sino de tener la capacidad de abordar los problemas con decisión y hacer rentable el negocio. Y de eso se trata cuando se aborda la necesidad de adoptar las tecnologías digitales. Se requiere una rápida comprensión de los beneficios que de ello se deriva, en términos de continuidad y del futuro del negocio.

Existe talento digital cuando se aborda la adquisición de competencias digitales (básicas, avanzadas y de especialización), pero también cuando se sabe abordar la digitalización de los procesos de gestión y de trabajo.

DIGITALIZACIÓN DE PROCESOS

¿Con qué tecnologías y fórmulas de trabajo cuento? Algunas preguntas solo pueden ser contestadas de un modo personalizado. Las tecnologías y fórmulas de

trabajo en la empresa turística dependen mucho de la naturaleza de esta. No es lo mismo lo que puede necesitar un guía turístico que un alojamiento rural o un establecimiento de restauración.

¿DE QUÉ TECNOLOGÍAS DISPONGO?

Pero sin ningún género de duda, es seguro que los procesos de gestión contable, facturación y relación con la clientela cuentan con alguna solución en la *nube* en lo que se conoce como *ERP* (Enterprise Resource Planning) o *CRM* (Customer Relationship Management), o lo que es lo mismo, paquetes integrados de gestión adecuados a la actividad de la empresa turística y que son contratados en la modalidad de pago por servicio, de forma similar al modo en el que se contrata el suministro del agua, gas, electricidad y los servicios de telefonía.

¿SOLUCIONES DIGITALES PARA LA EMPRESA TURÍSTICA?

Existen numerosas y personalizadas, todas dependiendo de las necesidades y alcance la actividad empresarial. Para

 **KIT**
DIGITAL

contestar a esta pregunta tan práctica, se ha elaborado un **Catálogo de soluciones** y un **Directorio de Proveedores** al que la Guía se remite, muy en la línea del **Programa Kit Digital** de la red Acelera pyme, promovida por la empresa pública RED.es.

DINERO DIGITAL Y NUEVAS FORMAS DE PAGO

Cobrar y pagar son dos actividades cotidianas en las empresas turísticas. La evolución de la sociedad y el nuevo marco regulador está promoviendo el dinero digital. Por ello es tan importante que las empresas dominen las herramientas financieras relativas a la banca electrónica y los pagos móviles, además del sistema tradicional de las tarjetas de plástico y los correspondientes terminales del punto de venta o **TPV**. También deberán de prepararse para aceptar criptomonedas y numerosos **tokens** de fidelización.

MARKETING DIGITAL

El marketing es una filosofía de empresa que para algunos consiste en elegir un segmento de mercado, comprender cuál es la necesidad de la clientela y satisfacerla de forma eficaz, para lo cual las empresas recurren a la investigación de mercado y las encuestas de opinión, así como una amplia gama de herramientas de comunicación, comercialización y ventas.

En la práctica, el significado que tiene la transformación digital en el marketing

consiste en la adopción de las soluciones conocidas para tener presencia en Internet (página web), la utilización de plataformas de comercio electrónico (e-commerce) y relación con la clientela (**CRM**), usar las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, etc.) y los diversos canales de comunicación tales como las listas de distribución, blogs y mensajería (SMS, whatsapp y similares, correo electrónico, etc.), sin olvidar la utilización de una serie de servicios muy eficaces relacionados con la promoción, gestión de reservas y contratación por Internet (Google Ads, Booking, etc.).

De las diez soluciones digitales apoyadas por el programa Kit Digital de Acelera pyme, ocho de ellas están relacionadas con el marketing digital para los autónomos, las micro y pequeñas empresas.



CATEGORIAS DE SOLUCIONES DIGITALES

**Sitio web y
Presencia en
internet**
Hasta 2.000€

**Comercio
electrónico**
Hasta 2.000€

**Gestión de redes
sociales**
Hasta 2.000€

Gestión de clientes
Hasta 4.000€

Otras herramientas apoyadas por el programa mencionado comprenden los instrumentos para el análisis de datos, la facturación electrónica y software para dotarse de servicios de oficina virtual y gestión de procesos comerciales.

BI y analítica
Hasta 4.000€

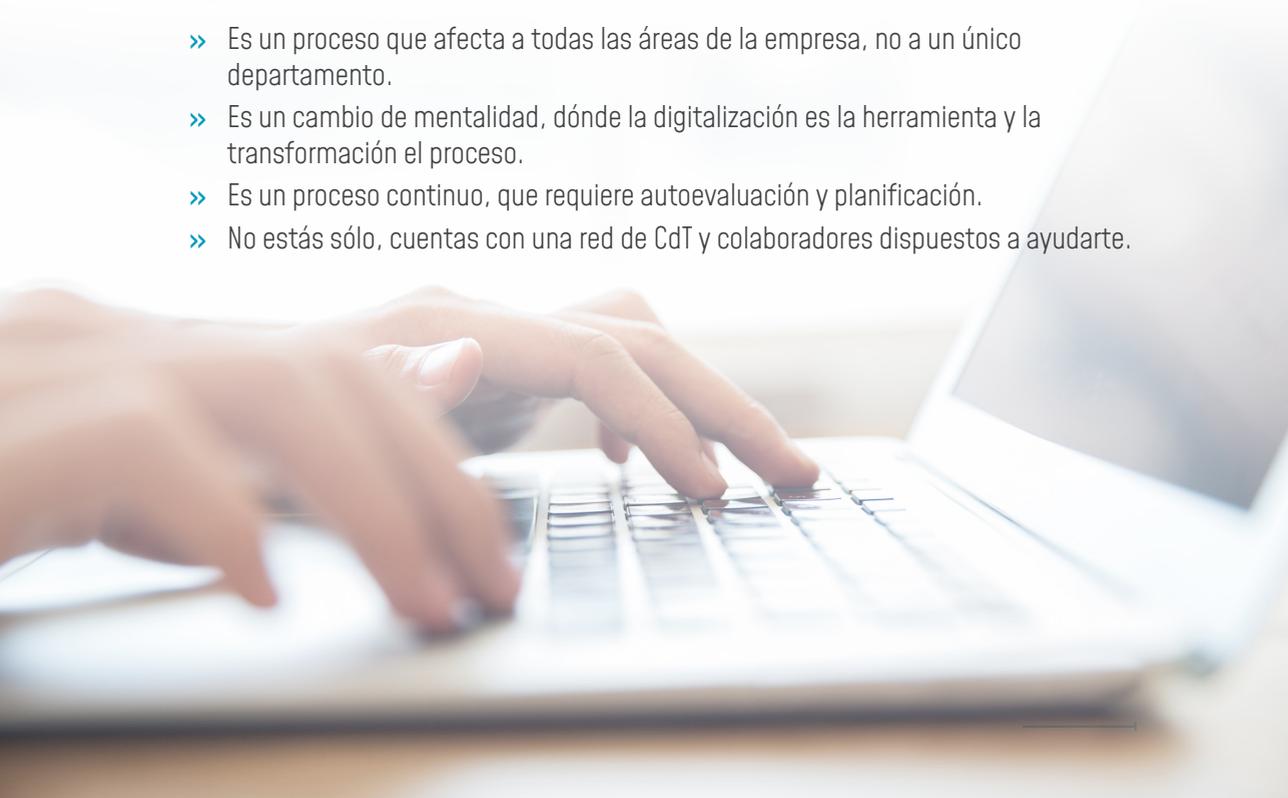
**Servicios de
oficina virtual**
Hasta 12.000€

**Gestión de
procesos**
Hasta 6.000€

Factura electrónica
Hasta 1.000€

CLAVES:

- » Es un proceso que afecta a todas las áreas de la empresa, no a un único departamento.
- » Es un cambio de mentalidad, dónde la digitalización es la herramienta y la transformación el proceso.
- » Es un proceso continuo, que requiere autoevaluación y planificación.
- » No estás sólo, cuentas con una red de CdT y colaboradores dispuestos a ayudarte.



GLOSARIO

APLICACIONES INTEGRADAS DE GESTIÓN (ERP)

Se utilizan las siglas *ERP* (**Enterprise Resource Planning**) para denominar a un sistema informático integrado por múltiples herramientas usadas para ejecutar tareas contables, administrativas y otras relacionadas con los procesos operativos, productivos y burocráticos de una organización. Un *ERP* vertical es un paquete integrado adaptado a las necesidades de un sector o subsector de actividad (restaurantes, campings, casas rurales, etc.)

ANÁLISIS DE DATOS (BI)

Las siglas BI corresponden al **término Business Intelligence** y se refiere al uso de estrategias y herramientas que sirven para transformar información en conocimiento, con el objetivo de mejorar el proceso de toma de decisiones en una empresa.

BLOCKCHAIN

Tecnología de bases de datos que garantizan la inmutabilidad de los registros efectuados gracias a los protocolos de consenso, sellado de tiempo y la resiliencia de la arquitectura de las redes distribuidas (nodos sin un servidor central).

BUSCADOR DE EXPERIENCIAS

Adapta la búsqueda a las preferencias del usuario, realiza la reserva dentro del catálogo que mantiene.

CHATBOTS

Programas que permiten mantener una conversación virtual.

COMERCIO ELECTRÓNICO

Suele ser definido como la actividad económica que permite el comercio de diferentes productos y servicios a partir de medios digitales, tales como las páginas web, aplicaciones móviles y redes sociales.

COMPARADOR ONLINE	Aplicación que busca y compara en tiempo real las tarifas de diferentes establecimientos con una misma tipología de oferta.
COMPETENCIAS DIGITALES	Consisten en el conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y estrategias que se requieren para la utilización de los medios digitales y de las tecnologías de información y comunicación aplicadas en las actividades cotidianas por la ciudadanía, los consumidores y en el ámbito profesional y laboral para el correcto desempeño del trabajo.
COMPUTACIÓN EN LA NUBE (CLOUD COMPUTING)	Es una tecnología que permite acceso remoto a softwares, almacenamiento de archivos y procesamiento de datos por medio de Internet. Es una buena alternativa a la instalación de las aplicaciones en los dispositivos del usuario (móvil, ordenador o tableta) ya que no hay necesidad de instalar aplicaciones localmente en computadoras.
CRIPATOMONEDAS	Es la denominación que se les da tanto a los token nativos de cada Blockchain (necesarios para poder acceder a los servicios de la misma), como a los token derivados o programados para ejecutar determinadas acciones soportadas por la citada Blockchain.
GESTIÓN DE CLIENTES (CRM)	Las siglas <i>CRM</i> (en inglés Customer Relationship Management) designan a las aplicaciones que permiten centralizar en una única Base de Datos todas las interacciones entre una empresa y sus clientes.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL	<p>Es la habilidad de una máquina de presentar las mismas capacidades que los seres humanos, como el razonamiento, el aprendizaje, la creatividad y la capacidad de planear.</p> <p>En la práctica, la Inteligencia Artificial permite que los sistemas tecnológicos perciban su entorno, se relacionen con él, resuelvan problemas y actúen con un fin específico, lo cual tiene un potencial muy grande en el sector turístico.</p>
INTERNET DE LAS COSAS (IoT)	<p>Es el proceso que permite conectar elementos físicos cotidianos a Internet: desde objetos tales como las bombillas de luz, dispositivos de vigilancia y mantenimiento en establecimientos turísticos, así como en prendas y accesorios personales inteligentes e incluso los sistemas de los destinos turísticos inteligentes.</p>
MACRODATOS (BIG DATA)	<p>Consiste en un proceso que analiza e interpreta grandes volúmenes de datos, tanto estructurados como no estructurados (imágenes, videos, etc.). El Big Data sirve para que los datos almacenados de forma remota puedan ser utilizados por las empresas como base para su toma de decisiones.</p>
REDES SOCIALES	<p>Son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.</p>
SITIO WEB Y PRESENCIA EN INTERNET	<p>Consiste en un grupo de archivos vinculados entre si y que pueden ser visionados mediante una aplicación llamada navegador web o browser. Las páginas web suelen estar escritas en un lenguaje conocido por las siglas HTML (lenguaje de marcado de hipertexto).</p>

SMARTCONTRACT	Se traducen al español como contratos inteligentes pero en realidad son simplemente un tipo especial de instrucciones almacenadas en la Blockchain, con la capacidad de autoejecutar acciones de acuerdo a una serie de parámetros ya programados, pero con la garantía de hacerlo de forma inmutable, transparente y completamente segura.
TALENTO DIGITAL	Es el conjunto de habilidades que permiten a una persona cumplir tareas relacionadas con las nuevas tecnologías.
TELEFONÍA 5G	Es la quinta generación de las tecnologías y estándares de comunicación inalámbrica, el Internet que utilizan dispositivos como tu teléfono móvil para permitirte conectar a la red en cualquier sitio.
TERMINAL DE PAGOS CON TARJETA O MÓVIL (TPV)	Es un sistema para gestionar de forma unificada las ventas de un establecimiento, no solo el pago.
TOKEN	Palabra inglesa que se traduce al español como ficha y que en las Blockchain tales como Bitcoin o Ethereum, resultan necesarias para realizar transacciones o acceder a los servicios ofrecidos por dichas bases de datos. A diferencia de los token nativos descritos, existen tokens derivados creados mediante lenguajes de programación propios de cada Blockchain y con usos muy variados.
WI-FI	Tecnologías que permite conectar diferentes dispositivos (tabletas, Smartphone) y equipos informáticos (PCs y Laptops) a través de una red inalámbrica de banda ancha.







GENERALITAT
VALENCIANA



economistas
Consejo de Colegios de Economistas
de la Comunidad Valenciana