

GUÍA DE RECOMENDACIONES

para la

DIGITALIZACIÓN

de las pequeñas empresas y microempresas
turísticas en España



1. Introducción

I. Antecedentes e importancia de la digitalización en el sector

II. Características de una empresa digitalizada

III. Niveles de digitalización de una empresa

2. Recomendaciones para las empresas del sector

I. Recomendaciones para pasar a un Nivel Básico

II. Recomendaciones para pasar a un Nivel Medio

III. Recomendaciones para pasar a un Nivel Alto

.....3

.....3

.....4

.....5

.....10

.....11

.....17

.....23



Antecedentes e importancia de la digitalización en el sector

- Históricamente el **sector turístico** ha sido una de las **industrias pioneras en la adopción de sistemas y soluciones digitales** para automatizar los procesos de comercialización entre distintos agentes.
- La **adopción masiva de dispositivos móviles** en la sociedad y la aparición de **nuevas plataformas digitales** **ha provocado un cambio** radical:
 - › Una nueva manera de viajar y contratar los viajes
 - › Un turista digital más informado y más exigente
 - › Un turista más autónomo que busca configurar su propio viaje y disfrutar de experiencias únicas y originales
- La **digitalización** se constituye como un **factor imprescindible** para garantizar la supervivencia de las empresas, facilitándoles adaptar su oferta a estos nuevos cambios. Además genera ventajas competitivas en las empresas que ayudan a transformar, mejorar y modernizar el modelo turístico.
- Dada la estructura del sector en España, la competitividad del modelo turístico Español dependerá de forma muy relevante, de cómo las **pequeñas empresas** y **microempresas** desarrollen **sus ventajas competitivas a través de la digitalización**, ya que representan el 97% del tejido empresarial turístico español.

Tras realizar el análisis del grado de madurez digital de las pequeñas empresas y microempresas del sector turístico, SEGITTUR ha impulsado una guía de recomendaciones para facilitar la digitalización del sector y de los subsectores que lo componen (alojamientos, agencias de viajes, actividades complementarias, restauración, vehículos de alquiler y transporte en autobús).

- › Esta guía pretende servir de orientación a las pequeñas y microempresas que quieren digitalizarse, pero no saben muy bien qué implica o por dónde pueden empezar.
- › Las recomendaciones se describen de forma genérica para el sector y de forma específica para cada subsector.

En primer lugar, es necesario comprender qué características fundamentales tienen las empresas más digitalizadas y centradas en la experiencia del cliente y, por tanto, las más competitivas. Para desarrollar estas características de una forma ordenada, se desarrollan las ocho capacidades básicas que debe tener una empresa digital:

1. Visión de negocio

Empresa que es capaz de hacer un seguimiento periódico de los resultados y de su evolución. Dispone de una estrategia de posicionamiento de la empresa que responde claramente a las necesidades de los clientes. Dispone de un modelo de datos para la toma de decisiones.

2. Producto innovador

Empresa que cuenta con un porfolio de productos y/o servicios innovadores. Es decir, genera productos y/o servicios diferenciados e innovadores y, mediante el uso de tecnologías digitales, los oferta como una propuesta de valor del negocio.

3. Foco en la experiencia

Empresa que vela porque sus clientes y empleados disfruten de una experiencia única y excelente. Sitúa al cliente en el centro de la estrategia y vela para que se cubran o incluso se superen sus expectativas en términos de experiencia (canales digitales, *feedback*, etc.).

4. Marketing y Ventas

Empresa que prioriza un modelo de relación de confianza con sus clientes mediante una estrategia omnicanal. Desarrolla una estrategia de marketing digital propia para la comercialización y posicionamiento de sus productos/servicios (portales digitales, página web, redes sociales, reputación *online*, etc.).

5. Operativa de negocio

Empresa que dispone de unos procesos operativos automatizados e integrados con los procesos comerciales.

6. Procesos administrativos

Empresa que cuenta con procesos administrativos 100% automatizados e integrados con el resto de procesos.

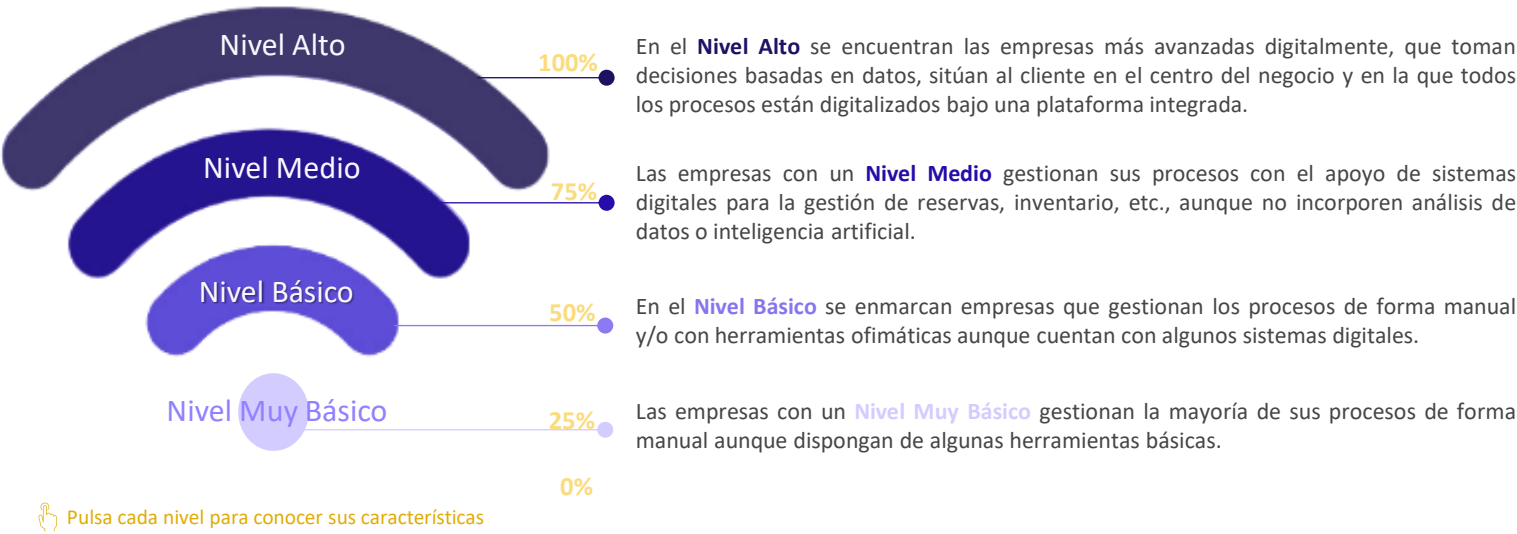
7. Talento

Empresa que cuenta con una estructura organizativa ágil y preparada para adaptarse a nuevas necesidades. Es decir, dispone de las capacidades necesarias para afrontar la digitalización.

8. Sistemas digitales

Empresa que dispone de sistemas y tecnologías de última generación para operar de forma ágil, eficiente y segura (conectividad, soluciones en la nube, plataformas digitales, ciberseguridad, etc.).

Una empresa puede clasificarse en cuatro niveles de digitalización distintos: Nivel Alto, Nivel Medio, Nivel Básico y Nivel Muy Básico.



A continuación se desarrollan en detalle las características que posee una empresa que se enmarca en cada uno de los niveles de digitalización. Las recomendaciones, por tanto, dependen del nivel de digitalización en el que se encuentre una empresa y de aquel que desee alcanzar.

Características de una empresa que se encuentra en un Nivel Alto de digitalización

En el Nivel Alto se encuentran las empresas más avanzadas digitalmente, que toman decisiones basadas en datos, sitúan al cliente en el centro del negocio y en la que todos los procesos están digitalizados bajo una plataforma integrada. Esta empresa se caracteriza por:



 Pulsa cada nivel para conocer sus características

1

Ser capaz de posicionar sus productos en los mejores canales, atraer a los mejores clientes, conseguir los mejores márgenes y obtener los mejores ratios de satisfacción y de reputación del cliente. La información y disponibilidad en todos los canales está conectada con un sistema de gestión de reservas automatizado.

2

Tener todos los procesos de negocio digitalizados (marketing, planificación, gestión del personal, compras, económico-financiero, etc.) e integrados en una plataforma que permite operar de forma ágil y automatizada.

3

Contar con capacidades de *data analytics* e inteligencia artificial que permiten la obtención y tratamiento en tiempo real de datos de todos los procesos de negocio para generar información de valor añadido y facilitar el proceso de toma de decisiones estratégicas y operativas del negocio.

4

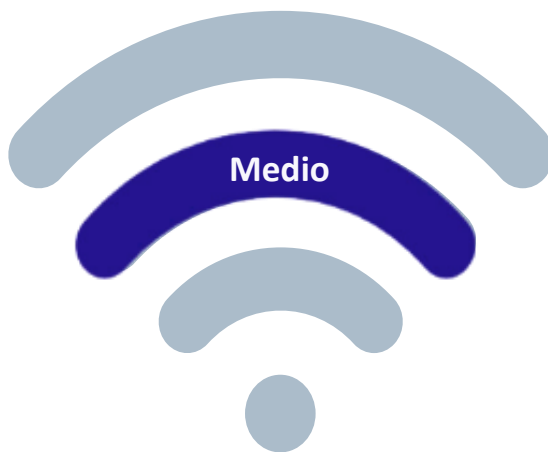
Tener una estrategia de fidelización de clientes que le permite almacenar y analizar todos los puntos de contacto con sus clientes gracias a un sistema de gestión de clientes (CRM), que además permite personalizar la oferta y mejorar su experiencia.

5

Contar con el mejor talento del mercado porque ha implementado una cultura de trabajo innovadora que facilita que los empleados se centren en aportar valor añadido a la empresa y al cliente final, gracias a formación impartida de forma periódica.

Características de una empresa que se encuentra en un Nivel Medio de digitalización

Las empresas con un Nivel Medio gestionan sus procesos con el apoyo de sistemas digitales para la gestión de reservas, inventario, etc., aunque no incorporen análisis de datos o inteligencia artificial. Esta empresa se caracteriza por:



 Pulsa cada nivel para conocer sus características

1

Tener un buen posicionamiento en el mercado y ser capaz de distribuir en distintos canales digitales (tanto propios como de terceros). La información y disponibilidad en todos los canales está conectada con un sistema de gestión de reservas, pero NO está automatizada.

2

Tener la mayoría de los procesos de negocio digitalizados (marketing, planificación, gestión del personal, compras, económico-financiero, etc.) pero NO integrados.

3

Contar con capacidades de *data analytics* e inteligencia artificial que permiten la obtención y tratamiento de datos históricos de forma puntual. NO utiliza estos datos para mejorar el funcionamiento interno o para la toma de decisiones.

4

Almacenar y analizar la información de los clientes en un sistema de gestión de clientes (CRM) para mejorar su experiencia. NO utiliza esos datos para programar y lanzar campañas de marketing personalizadas.

5

Contar con un personal digital que se forma cada vez que se implementa alguna nueva herramienta o solución tecnológica.

Características de una empresa que se encuentra en un Nivel Básico de digitalización

En el Nivel Básico se enmarcan empresas que gestionan los procesos de forma manual y/o con herramientas ofimáticas aunque cuentan con algunos sistemas digitales. Esta empresa se caracteriza por:



 Pulsa cada nivel para conocer sus características

- 1 Posicionar los productos en el mercado principalmente a través de los canales habilitados por terceros (turoperadores, OTAs, agregadores de oferta complementaria, etc.). Dispone de un sistema de reservas pero NO está integrado con los canales de venta.
- 2 Gestionar la mayoría de los procesos del negocio (marketing, planificación, gestión del personal, compras, económico-financiero, etc.) a través de herramientas ofimáticas.
- 3 Almacenar la información del negocio en una herramienta ofimática. NO utiliza esos datos para mejorar el funcionamiento interno o para la toma de decisiones.
- 4 Almacenar la información de los clientes en una herramienta ofimática. NO utiliza esos datos para mejorar la experiencia del cliente o para la toma de decisiones.
- 5 Tener empleados con cierto talento digital gracias a la formación presencial que reciben al incorporarse a la empresa.

Características de una empresa que se encuentra en un Nivel Muy Básico de digitalización

Las empresas con un Nivel Muy Básico gestionan la mayoría de sus procesos de forma manual aunque dispongan de algunas herramientas básicas. Esta empresa se caracteriza por:



Muy básico

 Pulsa cada nivel para conocer sus características

- 1 Tener un posicionamiento en el mercado de forma reactiva y gestionar las reservas de forma manual. NO dispone de ningún sistema de gestión de reservas.
- 2 NO tener la mayoría de los procesos de negocio digitalizados (marketing, planificación, gestión del personal, compras, económico-financiero, etc.). Se realizan de forma manual sin el apoyo de herramientas básicas.
- 3 Obtener datos sobre el funcionamiento de su negocio de forma manual. NO los analiza para la mejora del negocio y toma de decisiones.
- 4 Almacenar la información de los clientes de forma manual en una agenda. NO analiza su información para mejorar su experiencia.
- 5 NO contar con personas con talento digital, ni se realizan formaciones para capacitar a los empleados.

Recomendaciones para las empresas del sector

Tras conocer las características de cada nivel de digitalización y situar a la empresa en uno de ellos, es necesario reflexionar sobre la estrategia a seguir para mejorar la situación actual de tu empresa en materia digital.

Las siguientes recomendaciones se han elaborado para orientarte a avanzar hacia un nivel de digitalización superior, de forma que si tu empresa se encuentra en el Nivel n, pueda alcanzar el Nivel n+1. Es decir, se explica cómo se puede evolucionar para alcanzar niveles superiores



En la elaboración de las recomendaciones se han identificado una serie de áreas en las que las empresas deben focalizar sus esfuerzos para aumentar su nivel de digitalización. Dentro de cada área, se desarrollan seguidamente:

- › **Recomendación**, ¿qué debe hacer una empresa para mejorar en materia digital?
- › **Beneficio**, ¿qué le aporta a la empresa seguir estas recomendaciones?

Dada la heterogeneidad del sector turístico, se especifica para qué subsectores dentro del mismo está enfocada la recomendación:



Alojamientos



Restauración



Agencias de viajes



Alquiler de vehículos



Actividades



Transporte de viajeros

No obstante, antes de presentar la estructura de esta guía de recomendaciones, cabe destacar la importancia de los siguientes aspectos antes de realizar cualquier tipo de adquisición e implantación de tecnología o sistemas digitales.

Estos aspectos destacables, son:

- 1 Realizar un estudio previo sobre la situación real del negocio y por supuesto sobre el target hacia el que los productos y/o servicios de la empresa se dirigen.
- 2 Utilizar esos datos y transformarlo en información útil para concretar o validar las necesidades que tiene la empresa actualmente.
- 3 Determinar las necesidades que pueden ser cubiertas con una transformación digital o con un desarrollo ampliado de la misma.

Estos aspectos adquieren más relevancia entre aquellas empresas que no han adquirido ni implantado ninguna tecnología y/o sistema digital, que ante la gran variedad de productos tecnológicos puede llegar a adquirir soluciones digitales que no se adecúen a sus necesidades y, por ende, perder la motivación de realizar una adaptación digital de su negocio.

1. Presencia *online* a través de buscadores

Recomendación

¿Qué puedes hacer?

- › Facilita la ubicación del negocio en *Apps* y buscadores de navegación por GPS (Google Maps, Waze, Mapas, etc.)
- › Sube información de valor para el turista relativa al negocio (tipo de empresa, actividad, precios, datos de contacto, etc.) a los principales buscadores (Google, Yahoo, Bing, etc.)
- › Actualiza la información disponible en todos los canales de venta

Beneficio

¿Qué aporta seguirlas?

- › Mejora la visibilidad *online* del negocio y la notoriedad
- › Posibilita dedicar tiempo de calidad a las llamadas y consultas de los clientes
- › Acerca la información al cliente en un buscador con el que está familiarizado
- › Abre un nuevo canal de comunicación e interacción con el cliente
- › Actúa también como un canal de venta, en algunos casos

Subsectores a los que aplica



2. Página web

Recomendación

¿Qué puedes hacer?

- › Desarrolla una página web
- › Traduce la página web a varios idiomas para dirigir también la oferta a un turista internacional
- › Crea contenido claro y genera material multimedia atractivo en la web
- › Sube información del catálogo de productos/servicios de la empresa
- › Diseña y desarrolla tu página web de forma amigable para buscadores online

Beneficio

¿Qué aporta seguirlas?

- › Acerca la oferta a turistas nacionales e internacionales
- › Constituye un escaparate para la marca 24 horas del día, los 365 días del año
- › Aumenta la visibilidad de la empresa
- › Posiciona a la empresa en otro canal digital donde llegar a más turistas
- › Aumenta el grado de transparencia lo cual genera confianza

Subsectores a los que aplica





3. Gestión de clientes

Recomendación

¿Qué puedes hacer?

- › Instala un sistema de gestión de clientes (CRM) básico
- › Hasta disponer de un CRM, puedes utilizar herramientas ofimáticas para la gestión de clientes
- › Utiliza la información del cliente para personalizar la oferta e intentar fidelizarle
- › Automatiza los procedimientos administrativos y repetitivos en la medida de lo posible
- › Incorpora funcionalidades online para informar, asesorar y atender a los clientes

Beneficio

¿Qué aporta seguirlas?

- › Mejora la satisfacción de los clientes
- › Aumenta la previsión de ventas e ingresos
- › Permite analizar la información sobre el cliente aunque no se tomen decisiones al respecto
- › Aumenta la la capacidad de tomar decisiones basadas en datos objetivos y no solo en percepciones.
- › Permite personalizar en mayor medida

Subsectores a los que aplica



4. Gestión de reservas

Recomendación

¿Qué puedes hacer?

- › Instala un sistema de gestión de reservas
- › Rellena de forma manual la información del sistema y la disponibilidad en el momento
- › Comprueba la disponibilidad real manualmente antes de formalizar la reserva con el cliente

Beneficio

¿Qué aporta seguirlas?

- › Facilita la búsqueda de disponibilidad y precios
- › Disminuye el margen de error al reducir parte del trabajo manual
- › Aumenta la previsión de ventas e ingresos
- › Mejora la satisfacción de los clientes
- › Optimiza el tiempo en la gestión de reservas.

Subsectores a los que aplica





5. Análisis de datos del negocio

Recomendación

① ¿Qué puedes hacer?

- › Instala herramientas de *data analytics* y *Business Intelligence* (BI) para la recogida y análisis de datos
- › Utiliza herramientas ofimáticas para la recogida y análisis de datos hasta disponer de herramientas avanzadas
- › Define algunos indicadores para llevar un seguimiento del funcionamiento del negocio
- › Recoge las opiniones y sugerencias al inicio, durante y después del servicio
- › Implementa una herramienta de gestión de la plantilla

Beneficio

① ¿Qué aporta seguirlas?

- › Facilita una comprensión de los principales aspectos críticos o puntos de dolor del negocio
- › Permite realizar un análisis avanzado de la situación actual del negocio y rentabilizar
- › Permite realizar un seguimiento
- › Optimizar los recursos disponibles

Subsectores a los que aplica



6. Agregadores de oferta

Recomendación

① ¿Qué puedes hacer?

- › Aumenta la presencia *online* a través de alianzas con agregadores de oferta
- › Actualiza la información en todos los canales de venta
- › Comprueba los márgenes de ventas y los precios de los productos/servicios
- › Aprovecha las tecnologías que facilitan los agregadores

Beneficio

① ¿Qué aporta seguirlas?

- › Mejora la visibilidad *online*
- › Aumenta la posibilidad de vender la totalidad de productos/servicios
- › Facilita la implementación de motores de reservas y sistemas de gestión de canales

Subsectores a los que aplica



7. Formación

Recomendación

① ¿Qué puedes hacer?

- › Busca y realiza formación sobre tecnologías básicas
- › Facilita y promueve el interés de los empleados en recibir formación
- › Fomenta que el personal con más experiencia y conocimiento imparta formaciones in situ

Beneficio

① ¿Qué aporta seguirlas?

- › Adapta a los empleados de forma más rápida y sencilla a nuevas capacidades que necesiten para el desempeño de sus tareas
- › Mejora la satisfacción de los empleados
- › Genera empleados con cierto talento digital
- › Disminuye el margen de error humano
- › Reduce el grado de resistencia al uso de tecnología

Subsectores a los que aplica



8. Gestión del alojamiento

Recomendación

① ¿Qué puedes hacer?

- › Instala un sistema de gestión hotelera (PMS) que gestione las tareas para atender y alojar al turista como preparación de la habitación, regalos de bienvenida, subida de equipajes, etc. Hasta disponer de un PMS, puedes utilizar herramientas ofimáticas
- › Sustituye la entrega de llaves tradicionales por tarjetas de acceso o directamente instala expendedores de llaves
- › Adelanta algún paso o procedimiento del *check-in*

Beneficio

① ¿Qué aporta seguirlas?

- › Mejora la optimización del tiempo en el uso y procesamiento de las tareas a realizar
- › Mejora la experiencia y satisfacción de los clientes
- › Permite analizar la rentabilidad y los beneficios obtenidos

Subsectores a los que aplica





9. Gestión de las empresas (agencias y actividades)

Recomendación

① ¿Qué puedes hacer?

- › Incorpora funcionalidades *online* para informar, asesorar y atender a los clientes. En su defecto, comunícate vía email o teléfono antes, durante y tras la finalización del viaje
- › Permite la personalización de la reserva o da a elegir al cliente entre varias opciones
- › Realiza un seguimiento del cliente

Beneficio

① ¿Qué aporta seguirlas?

- › Mejora la relación con el cliente
- › Mejora la experiencia y satisfacción del cliente
- › Disminuye el tiempo dedicado a tareas manuales (emitir recordatorios a los clientes, rellenar documentación para el viaje/actividad, etc.)
- › Maximiza la eficiencia de la gestión con el cliente
- › Maximiza la rentabilidad del servicio

Subsectores a los que aplica



10. Gestión del restaurante

Recomendación

① ¿Qué puedes hacer?

- › Instala un terminal de punto de venta (TPV/POS) (hardware y software) básico para la gestión de clientes, comanda, alérgenos de los platos, compras a proveedores, control de inventario, etc.
- › Utiliza herramientas ofimáticas para la gestión del restaurante hasta disponer de herramientas avanzadas
- › Haz uso de una carta digital con acceso a través de QR

Beneficio

① ¿Qué aporta seguirlas?

- › Permite más control del restaurante al tener parte del funcionamiento recogido en una herramienta
- › Disminuye la manualidad de algunos procesos y reduce errores
- › Mejora la optimización del tiempo y recursos
- › Mejora la previsión de demanda y la optimización de las compras
- › Facilita el acceso a diferentes tipos de públicos

Subsectores a los que aplica



11. Gestión del negocio de vehículos de alquiler

Recomendación

① ¿Qué puedes hacer?

- › Integra el sistema de gestión de reservas (Car RRS) con un sistema para el mantenimiento de la flota que emita alertas para las revisiones (taller, renovaciones del seguro, etc.). Hasta su instalación, puedes utilizar herramientas ofimáticas
- › Instala un sistema de geolocalización para realizar un seguimiento de la flota
- › Incorpora expendedores de llaves para la recogida y devolución del vehículo

Beneficio

① ¿Qué aporta seguirlas?

- › Permite planificar y prever la demanda
- › Detecta posibles incidencias
- › Disminuye los tiempos de espera
- › Mejora la satisfacción del cliente

Subsectores a los que aplica



12. Gestión del negocio de transporte en autobús

Recomendación

① ¿Qué puedes hacer?

- › Integra el sistema de gestión de reservas con un sistema para el mantenimiento de la flota que emita alertas para las revisiones (taller, renovaciones del seguro, etc.). Hasta su instalación, puedes utilizar herramientas ofimáticas
- › Instala un sistema de geolocalización para realizar un seguimiento de la flota
- › Incorpora un sistema básico de ocupación de pasajeros

Beneficio

① ¿Qué aporta seguirlas?

- › Permite planificar y prever la demanda
- › Detecta patrones de retrasos y posibles incidencias
- › Disminuye los tiempos de espera
- › Mejora la satisfacción del cliente
- › Controla el número de plazas en tiempo real

Subsectores a los que aplica



1. Redes sociales

Recomendación

¿Qué puedes hacer?

- › Abre perfiles de la empresa en las distintas redes sociales
- › Genera contenido de valor para el turista y publícalo en ellas
- › Realiza una escucha activa de forma frecuente y obtén información sobre las opiniones de los clientes
- › Toma decisiones teniendo en cuenta estas opiniones
- › Potencia la omnicanalidad del negocio

Beneficio

¿Qué aporta seguirlas?

- › Mejora la comunicación y promoción de la empresa de forma rápida y sencilla
- › Mejora el posicionamiento de la empresa
- › Incrementa el tráfico de la página web
- › Permite tomar decisiones más sólidas para mejorar la experiencia del cliente

Subsectores a los que aplica



2. Página web

Recomendación

¿Qué puedes hacer?

- › Invierte en desarrollar una página web que permita a los clientes realizar una reserva *online*
- › Vincula la información de la página web a un sistema de gestión de reservas
- › Comienza a invertir más en marketing digital y menos en marketing tradicional
- › Utiliza aplicaciones y/o plataformas digitales de contenido vinculadas a la página web

Beneficio

¿Qué aporta seguirlas?

- › Permite al turista reservar las 24 horas los 365 días del año
- › Disminuye el trabajo manual de los empleados de la empresa
- › Mejora la experiencia del turista al poder reservar de forma ágil y sencilla
- › Aumenta la visibilidad de la empresa
- › Mejora el posicionamiento de la empresa

Subsectores a los que aplica



3. Gestión de clientes

Recomendación

¿Qué puedes hacer?

- › Desarrolla y amplía las funcionalidades dentro del CRM como: programación de correos electrónicos, respuestas automáticas, envío de SMS, recordatorios, etc.
- › Utiliza la información para personalizar la oferta y fidelizar al cliente
- › Dedicar recursos especializados a las cuestiones de seguridad y protección de datos

Beneficio

¿Qué aporta seguirlas?

- › Aumenta la captación y fidelización de clientes
- › Mejora la satisfacción de los clientes
- › Aumenta la previsión de ventas e ingresos
- › Profundiza en el conocimiento del comportamiento del cliente
- › Permite tomar decisiones más sólidas para mejorar la experiencia del cliente

Subsectores a los que aplica



4. Gestión de reservas

Recomendación

¿Qué puedes hacer?

- › Instala un sistema de reservas integrado con los canales de venta
- › Habilita la posibilidad de que el sistema gestione automáticamente las reservas
- › Comprueba que la disponibilidad en los canales de venta se corresponda con la disponibilidad actual del negocio
- › Fusiona y combina el análisis del CRM con otros sistemas digitales

Beneficio

¿Qué aporta seguirlas?

- › Acerca la venta al turista digital
- › Aumenta la previsión de ventas e ingresos
- › Reduce el error humano
- › Mejora la satisfacción de los clientes
- › Conoce los momentos óptimos para la promoción

Subsectores a los que aplica



5. Análisis de datos del negocio

Recomendación

¿Qué puedes hacer?

- › Instala herramientas de *data analytics* y *Business Intelligence* (BI) para la recogida y análisis de datos
- › Lleva a cabo un seguimiento de la información y del funcionamiento del negocio
- › Utiliza la información para elaborar informes que sirvan para mejorar el proceso de toma de decisiones
- › Emplea una herramienta específica de gestión de plantilla (turnos, vacaciones, bajas, registro horario, nóminas, etc.)

Beneficio

¿Qué aporta seguirlas?

- › Facilita un seguimiento de resultados
- › Permite generar un cuadro de mando de resultados para la optimización del negocio
- › Facilita una comprensión de los aspectos críticos del negocio
- › Facilita la toma de decisiones sólida y fundamentada en datos
- › Minimiza el margen de error

Subsectores a los que aplica



6. Formación

Recomendación

¿Qué puedes hacer?

- › Busca formación orientada a las tecnologías de las que se hace uso en la empresa
- › Imparte formación de utilidad para los empleados
- › Facilita y promueve el interés de los empleados en recibir formación

Beneficio

¿Qué aporta seguirlas?

- › Adapta a los empleados de forma más rápida y sencilla a nuevas capacidades que necesiten para el desempeño de sus tareas
- › Optimiza el rendimiento de los sistemas y las tecnologías utilizados en la empresa
- › Mejora la satisfacción de los empleados

Subsectores a los que aplica



7. Gestión del alojamiento

Recomendación ¿Qué puedes hacer?	- Instala un sistema de gestión hotelera (PMS) que gestione las tareas para atender y alojar al turista como preparación de la habitación, regalos de bienvenida, subida de equipajes, etc. - Adelanta fases del proceso de <i>check-in</i> mediante canales y herramientas online como correo electrónico, aplicaciones propias o redes sociales - Incorpora expendedores de llaves para acelerar los procesos de <i>check-in</i> - Utiliza <i>apps</i> o redes sociales propias para la comunicación con el cliente durante la prestación del servicio
Beneficio ¿Qué aporta seguirlas?	- Mejora el servicio al planificarse en base a la ocupación diaria - Ahorra tiempo en las tareas operativas y administrativas - Permite al personal dedicar más tiempo al cliente - Genera informes puntuales sobre los beneficios obtenidos

Subsectores a los que aplica



8. Gestión de las empresas (agencias y actividades)

Recomendación ¿Qué puedes hacer?	- Incorpora funcionalidades <i>online</i> para informar, asesorar y atender a los clientes - Permite la personalización de la reserva en base a información que proporcione el cliente - Instala una herramienta para la planificación de la plantilla - Desarrolla una plataforma (web/App) para hacer un seguimiento de la experiencia - Optimiza todos los canales de contacto con el cliente
Beneficio ¿Qué aporta seguirlas?	- Mejora la comunicación con el cliente - Mejora la experiencia y satisfacción del cliente - Mejora la eficiencia operativa - Disminuye el tiempo dedicado a tareas manuales (emitir recordatorios a los clientes, rellenar documentación para el viaje/actividad, etc.)

Subsectores a los que aplica



9. Gestión del restaurante

Recomendación

¿Qué puedes hacer?

- › Instala un terminal de punto de venta (TPV/POS) (hardware y software) básico para la gestión de clientes, comanda, alérgenos de los platos, compras a proveedores, control de inventario, etc.
- › Recopila los datos en el TPV/POS sobre la configuración de mesas, platos solicitados, combinación de platos y bebidas por mesa, etc.

Beneficio

¿Qué aporta seguirlas?

- › Permite más control del restaurante al tener parte del funcionamiento centralizado
- › Automatiza procesos mejorando eficiencia y reduciendo errores
- › Mejora la previsión de demanda y la optimización de las compras
- › Mejora la operativa de negocio
- › Reduce los tiempos de espera

Subsectores a los que aplica



10. Gestión del negocio de vehículos de alquiler

Recomendación

¿Qué puedes hacer?

- › Integra el sistema de gestión de reservas (Car RRS) con un sistema para el mantenimiento de la flota que emita alertas para las revisiones (taller, renovaciones del seguro, etc.)
- › Instala un sistema de geolocalización para realizar un seguimiento de la flota
- › Incorpora expendedores de llaves para la recogida y devolución del vehículo

Beneficio

¿Qué aporta seguirlas?

- › Permite planificar la oferta de forma eficiente
- › Detecta posibles incidencias
- › Permite conocer el comportamiento del cliente y mejorar su experiencia
- › Permite al personal de oficina dedicar tiempo en mejorar la experiencia del cliente

Subsectores a los que aplica



11. Gestión del negocio de transporte en autobús

Recomendación

¿Qué puedes hacer?

- › Integra el sistema de gestión de reservas con un sistema para el mantenimiento de la flota que emita alertas para las revisiones (taller, renovaciones del seguro, etc.)
- › Instala un sistema de geolocalización para realizar un seguimiento de la flota
- › Incorpora un sistema avanzado de control de ocupación en subidas y bajadas

Beneficio

¿Qué aporta seguirlas?

- › Permite planificar la oferta de forma eficiente
- › Detecta posibles incidencias
- › Controla la eficiencia de la ruta: paradas realizadas, subidas y bajadas en las paradas correspondientes, patrones de retrasos, velocidad de los autobuses y límites de velocidad, etc.

Subsectores a los que aplica



1. Página web

Recomendación

¿Qué puedes hacer?

- › Invierte en integrar la página web con los distintos canales de venta
- › Habilita una pasarela de pagos en la página web para completar la reserva
- › Diseña una estrategia de marketing digital (posicionamiento SEO/SEM) que derive el tráfico hacia la web y maximice la ratio de conversión

Beneficio

¿Qué aporta seguirlas?

- › Reduce las ineficiencias e incidencias en el proceso de reserva
- › Ahorra tiempo a los empleados que pueden emplear en el cliente
- › Mejora la experiencia del turista al poder completar la reserva de forma ágil, fácil y segura
- › Potencia la venta directa y maximiza los márgenes de ventas
- › Aumenta el grado de competitividad del negocio

Subsectores a los que aplica



2. Gestión de clientes

Recomendación

¿Qué puedes hacer?

- › Instala un sistema de gestión de clientes (CRM)
- › Genera contenido interesante de forma regular y publícalo en medios digitales (redes sociales, anuncios, etc.)
- › Diseña campañas de marketing completamente personalizadas a través del CRM
- › Automatiza procesos como el envío de facturas
- › Dedica recursos especializados a las cuestiones de seguridad y protección de datos

Beneficio

¿Qué aporta seguirlas?

- › Maximiza la captación y fidelización de clientes, con los que se genera un vínculo
- › Maximiza la satisfacción de los clientes
- › Maximiza los márgenes de ventas
- › Permite tomar decisiones más sólidas para mejorar la experiencia del cliente
- › Maximiza la eficiencia de la estrategia comercial

Subsectores a los que aplica



3. Gestión de reservas

Recomendación

¿Qué puedes hacer?

- › Instala un sistema de reservas integrado con los canales de venta que vuelque la disponibilidad en tiempo real en los distintos canales de venta
- › Incorpora un sistema central de reservas (CRS) que centralice la información de todas las herramientas y sistemas implicados en el proceso de reservas para una gestión integral

Beneficio

¿Qué aporta seguirlas?

- › Minimiza el error humano al estar todo automatizado (disponibilidad errónea, fechas incorrectas, datos incompletos, etc.)
- › Maximiza la eficiencia del proceso y simplifica el trabajo a los empleados
- › Permite que los empleados destinen más tiempo en mejorar la experiencia del cliente
- › Maximiza la satisfacción de los clientes

Subsectores a los que aplica



4. Análisis de datos del negocio

Recomendación

¿Qué puedes hacer?

- › Instala herramientas de *data analytics* y *Business Intelligence* (BI) para la recogida y análisis de datos de todos los procesos de negocio
- › Configura las herramientas para que elaboren previsiones y proyecciones a futuro
- › Desarrolla la generación de informes periódicos para la toma de decisiones
- › Implementa la herramienta de planificación de la plantilla con el sistema de nóminas.

Beneficio

¿Qué aporta seguirlas?

- › Permite interpretar los datos de forma adecuada para obtener conocimiento y tomar decisiones
- › Permite evaluar recurrentemente el impacto de las decisiones tomadas
- › Facilita que la herramienta aprenda sobre los factores que afectan al comportamiento del negocio y se retroalimente gracias a la inteligencia artificial
- › Aporta una mayor autonomía a la gestión de la empresa

Subsectores a los que aplica



5. Formación

Recomendación

¿Qué puedes hacer?

- › Busca formación tanto de las herramientas y tecnologías habituales de la empresa como de nuevas tendencias
- › Imparte formación de forma recurrente que sea de interés para los empleados
- › Genera una cultura que cree vínculos con los trabajadores de mayor talento

Beneficio

¿Qué aporta seguirlas?

- › Retiene y atrae nuevo talento
- › Genera una cultura digital en la empresa con un talento más cualificado y competitivo
- › Genera una experiencia más satisfactoria para el empleado que revierte en una mejor experiencia de cliente

Subsectores a los que aplica



6. Gestión del alojamiento

Recomendación

¿Qué puedes hacer?

- › Instala un sistema de gestión hotelera (PMS) actualizado e integrado con todas las áreas de negocio para mejorar la atención y experiencia del huésped
- › Incorpora un sistema de gestión de precios (RMS) integrado con el sistema de gestión de canales (Channel Manager) y con el PMS
- › Incorpora herramientas digitales como una tarjeta de acceso RFID (Identificación por Radio Frecuencia) y un sistema IPTV (Televisión por Protocolo de Internet)

Beneficio

¿Qué aporta seguirlas?

- › Asegura que la interacción digital con el cliente registra todos los conceptos que forman parte de la contratación
- › Minimiza el error humano y ahorra tiempo en las tareas operativas y administrativas
- › Evita colas y contactos y permite al personal dedicar más tiempo al cliente
- › Maximiza la eficiencia y las ratios de rentabilidad de las habitaciones

Subsectores a los que aplica



7. Gestión de las empresas (agencias y actividades)

Recomendación

¿Qué puedes hacer?

- › Incorpora funcionalidades *online* y *chatbots* para informar, asesorar y atender a los clientes
- › Personaliza la reserva con datos del CRM
- › Integra la herramienta de la planificación de la plantilla con el sistema de nóminas
- › Desarrolla una plataforma (web/App) vinculada al móvil del cliente para el seguimiento y venta cruzada
- › Optimiza todos los canales de comunicación con el cliente

Beneficio

¿Qué aporta seguirlas?

- › Mejora la atención prestada al cliente y por ende su experiencia (resolución de dudas, recordatorios, información del material)
- › Aumenta el flujo de ingresos por la venta cruzada
- › Ahorra tiempo y recursos gracias a la automatización de procesos
- › Aumenta el grado de competitividad del negocio

Subsectores a los que aplica



8. Gestión del restaurante

Recomendación

¿Qué puedes hacer?

- › Instala un terminal de punto de venta (TPV/POS) (hardware y software) actualizado e integrado con todas las áreas de negocio para mejorar la atención y experiencia de los comensales
- › Recopila los datos en el TPV/POS sobre la configuración de mesas, platos solicitados, combinación de platos y bebidas por mesa, etc.

Beneficio

¿Qué aporta seguirlas?

- › Maximiza el control del restaurante al tener parte del funcionamiento centralizado
- › Actualiza toda la información del restaurante automáticamente
- › Automatiza procesos maximizando eficiencia y minimizando errores
- › Maximiza la rentabilidad del negocio y la satisfacción del cliente

Subsectores a los que aplica



9. Gestión del negocio de vehículos de alquiler

Recomendación

¿Qué puedes hacer?

- › Integra el sistema de gestión de reservas (Car RRS) con un sistema para el mantenimiento de la flota que emita alertas para las revisiones (taller, renovaciones del seguro, etc.) y bloquee la disponibilidad automáticamente en los canales de venta
- › Instala un sistema de geolocalización para hacer un seguimiento y registrar el comportamiento de los clientes
- › Incorpora un sistema/App autónomo de acceso al vehículo

Beneficio

¿Qué aporta seguirlas?

- › Actualiza automáticamente la disponibilidad
- › Emite notificaciones en zonas y puntos de interés para el turista
- › Elabora informes completos de actividad (km recorridos, velocidad, consumo de combustible, etc.)
- › Disminuye tiempos de espera y evita colas

Subsectores a los que aplica



10. Gestión del negocio de transporte en autobús

Recomendación

¿Qué puedes hacer?

- › Integra el sistema de gestión de reservas con un sistema para el mantenimiento de la flota que emita alertas para las revisiones (taller, renovaciones del seguro, etc.) y bloquee la disponibilidad automáticamente en los canales de venta
- › Instala un sistema de geolocalización para hacer un seguimiento y registrar el comportamiento de los clientes
- › Incorpora un sistema inteligente de ocupación de pasajeros

Beneficio

¿Qué aporta seguirlas?

- › Actualiza automáticamente la disponibilidad
- › Alerta de zonas con riesgo de incidencias
- › Elabora informes completos sobre la eficiencia de la ruta: relación entre el número de pasajeros y el número de paradas efectuadas, km recorridos, velocidad, consumo de combustible, etc.

Subsectores a los que aplica



GUÍA DE RECOMENDACIONES

para la

DIGITALIZACIÓN

de las pequeñas empresas y microempresas
turísticas en España

