

INFORME

GUIA PRÀCTICA PER A LA DIGITALITZACIÓ

PIMES del sector turístic del municipi de Girona

Local Soluciones Digitales, S.L. Desembre 2023

Finançat per



Contingut de l'informe

1. Introducció

2. Característiques d'una empresa turística digitalitzada

3. Recomanacions per empreses del sector

3.1. Recomanacions digitals pel sector turístic gironí general

3.1.1. Recomanacions per passar de nivell molt bàsic a nivell bàsic

- Recomanacions digitals generals pel sector turístic general
- Recomanacions digitals per subsector

3.1.2. Recomanacions per passar de nivell bàsic a nivell mitjà

- Recomanacions digitals generals pel sector turístic general
- Recomanacions digitals per subsector

3.1.3. Recomanacions per passar de nivell mitjà a nivell avançat

- Recomanacions digitals generals pel sector turístic general
- Recomanacions digitals per subsector

Índex

Finançat per

1. INTRODUCCIÓ

CONTEXT DE LA TRANSFORMACIÓ
DIGITAL EN EL SECTOR TURÍSTIC
GIRONÍ I LA SEVA IMPORTÀNCIA
PER A LA COMPETITIVITAT

Finançat per



Objectius de la guia

- **Crear un document pràctic per afavorir el grau de maduresa digital de les PIMES del sector turístic al municipi de Girona.**
- Potenciar la capacitat del sector turístic gironí per incorporar amb més profunditat les capacitats digitals a l'oferta turística.
- Assolir una major cohesió territorial, fomentant un desenvolupament equilibrat del potencial turístic en el conjunt de la destinació Catalunya.
- Recolzar a les empreses i persones autònomes del sector turístic en el seu procés de transformació digital i desenvolupar estratègiques de resiliència enfront de nous reptes de l'ecosistema turístic.
- Impulsar un model turístic que permeti oferir una experiència al visitant i que generi un nivell superior de prosperitat, més generalitzada i sostenible per al sector i per a la destinació.

Objectius



Finançat per

Introducció a la guia

El present informe té la finalitat de **proporcionar una guia pràctica amb recomanacions i conclusions per a la transformació digital de les PIMES turístiques.**

Forma part de l'actuació 14 (capacitats digitals i governança), de l'eix 3 (transició digital) del Pla de Sostenibilitat Turística en Destinació de l'Ajuntament de Girona anomenat "Menja't Girona", Exp. SED091/22/000001, en el marc de l'estratègia de sostenibilitat Turística en Destinacions dins del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència.

Juntament amb altres actuacions d'aquest eix 3, l'objectiu final és l'impuls d'un ecosistema empresarial alineat amb els valors de la sostenibilitat, els nous models econòmics conscients i resilents, el patrimoni natural, cultural i productiu de les Hortes de Santa Eugènia, així com de tot l'entorn del municipi gironí.

El desenvolupament d'un ecosistema turístic sostenible i la millora de tota la cadena de valor es contempla com un dels pilars del projecte, incidint en la detecció de necessitats del sector turístic gironí i el desenvolupament d'un pla de formació i assessorament adaptat a la realitat del sector.

La transició digital del sector turístic és una realitat que s'ha vist accelerada de forma exponencial des de la crisi sanitària, social i econòmica. En aquest sentit, l'Ajuntament de Girona, mitjançant el Pla de Sostenibilitat Turística en Destinació "Menja't Girona", pretén prendre mesures per afavorir l'adaptació a un model econòmic responsable, pròxim, sostenible i professionalitzat.

Després de dur a terme l'anàlisi del grau de maduresa digital de les PIMES i autònoms del sector turístic gironí, s'ha impulsat una guia de recomanacions per facilitar la digitalització del sector.

Finançat per



Subsectors

Sector turístic gironí



La guia presenta diversos suggeriments generals per fomentar la digitalització en tot el sector turístic, així com recomanacions personalitzades específiques per a cada subsector detallat a continuació. Aquest enfocament dual pretén abordar tant les necessitats úniques de cada subsector com les demandes més generals de la digitalització, assegurant una millora significativa de la competitivitat i la presència en línia de tot el sector turístic gironí.



Allotjament



Restauració



Agències de viatge



Activitats guiades



Activitats complementàries

Finançat per

Dimensions

Diagnosi per temàtica

La transformació digital efectiva en el sector turístic gironí s'ha abordat prioritzant diverses dimensions clau presentades a continuació. Aquest enfocament ha buscat garantir una implementació transversal de transformació digital, assegurant una presència en línia robusta i competitiva per a les entitats del sector turístic gironí.



Estratègia i cultura digital



Experiència de client



Automatització de processos



Infraestructura i tecnologia



Organització, comunicació i talent

Finançat per

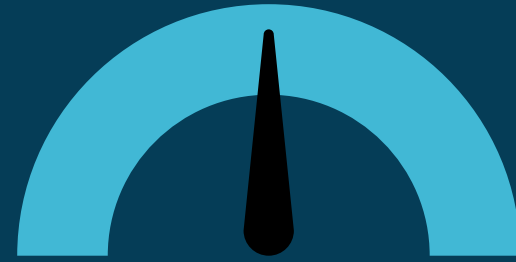
Nivells de maduresa digital

Els quatre nivells de digitalització detallats a continuació permeten classificar i situar una empresa en funció de les seves capacitats digitals i l'ús que fa de la tecnologia.



NIVELL MOLT BÀSIC

Són aquelles empreses que la majoria dels seus processos es gestionen de forma manual o en paper. El seu posicionament és reactiu.



NIVELL BÀSIC

Són empreses que comencen a utilitzar la digitalització i l'automatització a través de canals habilitats per tercers. Posicionen el seu producte a través d'aquests canals. Usen eines digitals bàsiques en processos crítics.



NIVELL MITJÀ

Empreses que ja compten amb un bon posicionament de mercat a través dels seus propis canals i de tercers. Tenen marges elevats i ofereixen una bona experiència digital al client. No obstant això, no disposen de tots els processos digitalitzats i integrats i no s'ha implementat la gestió avançada de dades.



NIVELL ALT

Són empreses que disposen de tots els processos digitalitzats i integrats. Són eficients i lideren el posicionament de mercat. Són empreses capaces d'atraure el millor talent del mercat per la seva innovació, gestió i estratègia.

Finançat per

2. CARACTERÍSTIQUES

CARACTERÍSTIQUES D'UNA
EMPRESA TURÍSTICA
DIGITALITZADA

Finançat per



Característiques d'una empresa digitalitzada



ORGANITZACIÓ, COMUNICACIÓ I TALENT

Comunicació digital clara i constant tant amb els aspectes relacionats amb la marca (comunicació digital externa) com amb el talent intern.



EXPERIÈNCIA DEL CLIENT

Cultura centrada en el client i focus en l'experiència, promovent l'excel·lència en l'experiència del client a través de canals digitals i una comunicació constant per superar les expectatives dels clients.



ESTRATÈGIA I CULTURA DIGITAL

Cultura centrada en les dades i una visió de negoci capaç de fer seguiment dels resultats i la seva evolució (presa de decisions informades) que prioritza la relació de confiança amb els seus clients.



INFRAESTRUCTURA I TECNOLOGIA

Disposar de sistemes i tecnologia que permeti operar de forma segura i eficient (ciberseguretat, analítica avançada i equipaments digitals a disposició de l'estructura orgànica de l'empresa).



PROCESSOS

Automatització de l'operativa de negoci, els processos administratius i la seva integració amb els processos comercials del negoci.



Comprendre les característiques diferencials de les empreses més digitalitzades i competitives ens ajudarà a aconseguir una implementació efectiva d'aquestes pràctiques en el nostre propi context empresarial.

Oportunitats que ens ofereix la transformació digital

BENEFICIS

Millora de l'experiència del client mitjançant la personalització i la interacció en línia més fluida. Amb l'ús de sistemes de gestió de relacions amb els clients (CRM) i eines d'anàlisi de dades, les empreses poden proporcionar ofertes adaptades i suggeriments de viatges personalitzats, d'acord amb les preferències específiques dels clients.

A més, les facilitats com la reserva i el pagament en línia, juntament amb la comunicació immediata i el suport personalitzat, contribueixen a millorar la satisfacció del client i a fomentar la seva fidelització, establint una

connexió més potent i significativa amb ells al llarg de tot el procés de viatge.

Optimització dels processos operatius per mitjà de l'automatització, reduint els errors humans, els costos i augmentant l'eficiència. La implementació de sistemes automatitzats en àrees clau com ara la gestió de reserves, la facturació i el seguiment logístic pot agilitzar de manera significativa les operacions quotidianes, optimitzant el flux de treball i minimitzant els possibles errors humans.

Aquesta automatització permet una

major precisió en la gestió de dades, la reducció de temps en tasques repetitives i la millora en la gestió dels recursos, facilitant així una distribució més eficaç del temps i dels recursos de les empreses turístiques. A més, l'ús de l'automatització pot contribuir a millorar la comunicació interna i externa, assegurant un flux d'informació més coherent i eficient entre els diferents actors de la cadena de subministrament turístic, optimitzant així l'experiència global dels clients i millorant la productivitat i la competitivitat de les empreses.

Accés a noves oportunitats de mercat global a través de plataformes de distribució en línia i màrqueting digital. Mitjançant la presència en plataformes de reserva en línia i mercats digitals, les empreses turístiques poden ampliar la seva base de clients i arribar a audiències internacionals de manera més eficient. Això permet una major visibilitat i accessibilitat dels serveis turístics, obrint la porta a la captació de nous segments de mercat i a l'augment de les vendes a escala global.

A més, l'ús d'eines de màrqueting digital com publicitat en línia, correu

electrònic i xarxes socials pot contribuir a l'increment del reconeixement de la marca i a l'atracció de nous clients potencials, millorant així la presència en línia i la competitivitat global de les empreses turístiques de la regió gironina.

Increment de la visibilitat i l'accessibilitat a través de presència en línia i eines de reserva fàcils d'utilitzar. Mitjançant la creació d'una presència en línia efectiva (estratègia SEO/SEM), que inclou llocs web atractius i adaptats a dispositius mòbils, portals de reserva en línia i presència en xarxes socials rellevants, les empreses turístiques

poden millorar significativament la seva visibilitat entre els potencials clients. Això permet un accés més senzill i ràpid als serveis turístics, facilitant una interacció fluida i una millora general de l'experiència dels usuaris i usuàries. Amb la implementació d'eines de reserva fàcils d'usar i sistemes de pagament segurs, es pot agilitzar el procés de reserva i millorar la satisfacció dels clients, fomentant així la fidelització i la possibilitat de repetició de negocis.

Millora de la presa de decisions estratègiques mitjançant l'anàlisi de dades i la intel·ligència de negoci. Mitjançant la recopilació i l'anàlisi de dades relacionades amb les preferències dels clients, els patrons de reserva, les tendències del mercat i els comportaments dels consumidors, les empreses poden obtenir una comprensió més profunda dels patrons dels clients i de les demandes del mercat.

Això permet una presa de decisions més informada i precisa en l'elaboració d'estratègies de màrqueting, ajustaments de preus, desenvolupament de nous productes

o serveis i altres iniciatives empresarials. Mitjançant l'aplicació de la intel·ligència de negoci, les empreses poden identificar oportunitats emergents i predir les tendències del mercat, cosa que els permet ajustar-se de manera més eficaç als canvis en les preferències dels clients i als moviments del mercat, assegurant així una presència competitiva i sostenible en el sector turístic.

Creació de noves experiències turístiques mitjançant tecnologies emergents com la realitat virtual i la realitat augmentada.

Mitjançant l'aplicació d'aquestes tecnologies innovadores, les empreses poden oferir als clients experiències immersives i interactives que enriquiren la seva comprensió i interacció amb les diferents destinacions turístiques. La realitat virtual permet als clients explorar llocs remots o inaccessibles de manera virtual, proporcionant una perspectiva immersiva que pot despertar el seu interès i motivar la presa de decisions de viatge. D'altra banda, la realitat augmentada pot millorar la interacció dels visitants amb els llocs turístics físics mitjançant la superposició de contingut digital, oferint una

experiència enriquidora i educativa. Aquestes tecnologies emergents tenen el potencial d'eleva l'atractiu i la singularitat de les experiències turístiques, fomentant així un major interès dels clients i una participació més profunda amb els diversos destins turístics, consolidant la seva satisfacció i fidelització a llarg termini.

Millora de la gestió de la reputació en línia i la resposta a les opinions dels clients a través de plataformes de revisió i xarxes socials. Les empreses turístiques poden monitorar activament les opinions dels clients a través de plataformes de revisió en línia i xarxes socials,

permetent-los respondre de manera immediata i eficient a les preocupacions dels clients i a les possibles crítiques. Això no només els permet abordar les preocupacions dels clients de manera oportuna, sinó que també els ofereix l'oportunitat d'establir una comunicació directa i personalitzada amb els clients, demostrant el seu compromís amb la satisfacció dels clients i la millora contínua dels serveis.

Mitjançant la gestió activa de la reputació en línia i una resposta eficaç a les opinions dels clients, les empreses poden construir una imatge de marca positiva i fiable, així

com fomentar la confiança dels clients potencials, millorant la seva competitivitat i posicionament en el sector turístic.

Foment de la col·laboració i la connectivitat entre els diferents actors del sector turístic, com ara agències de viatges, hotels, restaurants i atraccions turístiques, per oferir paquets turístics integrats i experiències més enriquidores. La transformació digital ha fomentat de manera significativa la col·laboració i la connectivitat entre els diferents actors del sector turístic.

A través de la integració de sistemes

de reserva i plataformes de gestió de destinacions compartides, els diferents proveïdors de serveis poden coordinar-se de manera més eficaç per proporcionar als clients una oferta més completa i coherent. Aquesta col·laboració fomenta la creació de paquets turístics personalitzats que combinen diversos serveis i activitats, oferint als clients una experiència més completa i satisfactòria.

A més, aquest enfocament col·laboratiu no només millora l'experiència dels clients, sinó que també pot generar sinergies positives entre els diferents actors del sector,

fomentant així un entorn turístic més integrat, competitiu i atractiu per als viatgers.



L'enfocament col·laboratiu dins del sector turístic pot tenir un impacte

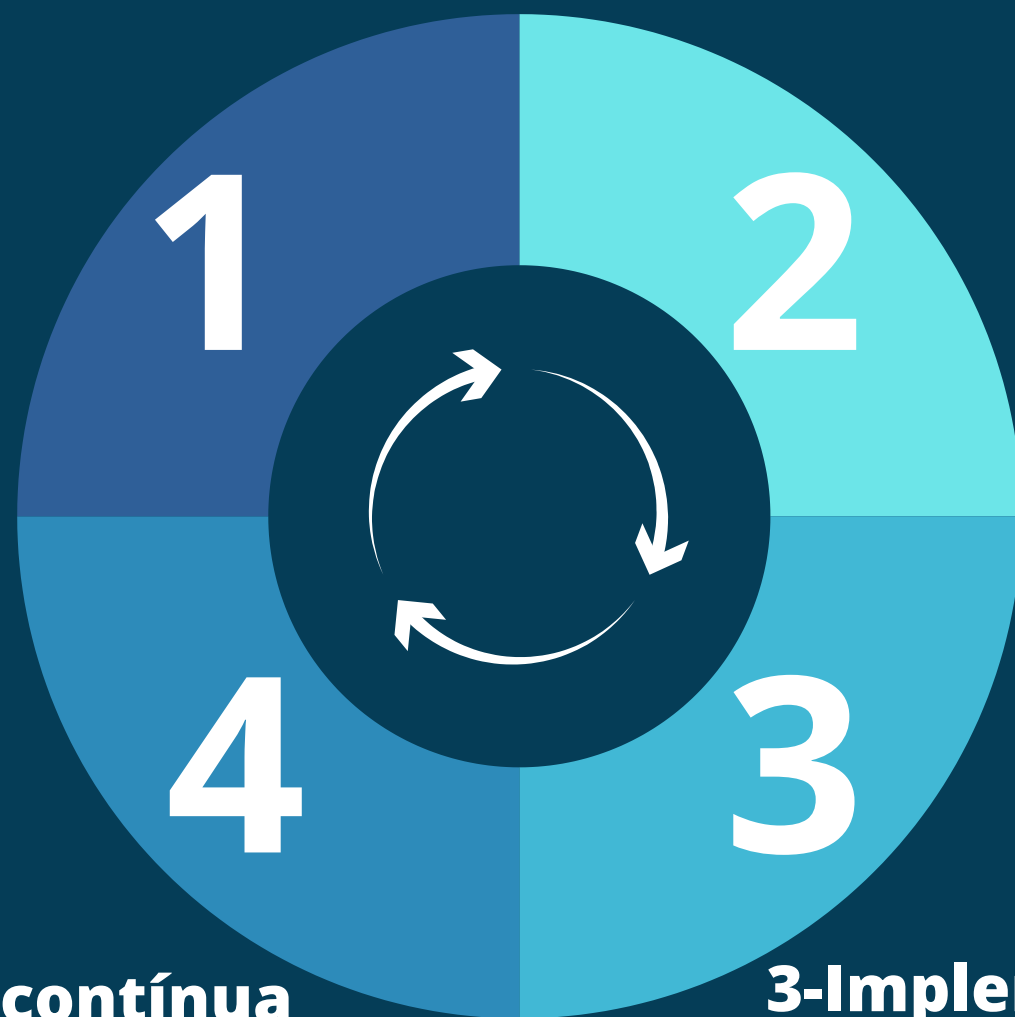
positiu tant en l'experiència dels clients com en el conjunt del sector. Algunes reflexions sobre aquesta afirmació inclouen:

- **Generació de sinergies positives:** aquesta col·laboració pot incloure compartir coneixements, recursos i infraestructures.
- **Entorn turístic més integrat:** això significa que els diferents serveis i actors del sector treballen junts per oferir una experiència més fluida als viatgers.
- **Impuls per a la innovació:** quan les empreses treballen juntes, poden buscar noves maneres de millorar i enriquir l'experiència dels clients.

Com aplicar les recomanacions d'aquesta guia

1-Autoavaluació

2-Planificació



L'aplicació eficaç de les recomanacions de la guia per a la transformació digital en el sector turístic gironí implica diverses fases i s'ha de considerar com un procés. En primer lloc, és fonamental realitzar una **autoavaluació** exhaustiva del nivell de digitalització actual de l'empresa, identificant àrees de millora i necessitats específiques. A continuació, una **planificació** que estipuli els objectius, els recursos necessaris i els terminis per a la implementació de les accions, tenint en compte les prioritats i les capacitats de l'empresa. La fase d'**implementació** implica l'execució de les accions definides durant la fase de planificació. Finalment, per aconseguir una **millora contínua**, és important establir mecanismes de seguiment i avaluació per avaluar els resultats i dur a terme els ajustos necessaris, garantint així que l'empresa estigui en constant evolució i millora en el seu procés de transformació digital.

4-Millora contínua

3-Implementació

Fig 1 La gràfica representa les fases necessàries per aplicar les recomanacions d'aquesta guia.

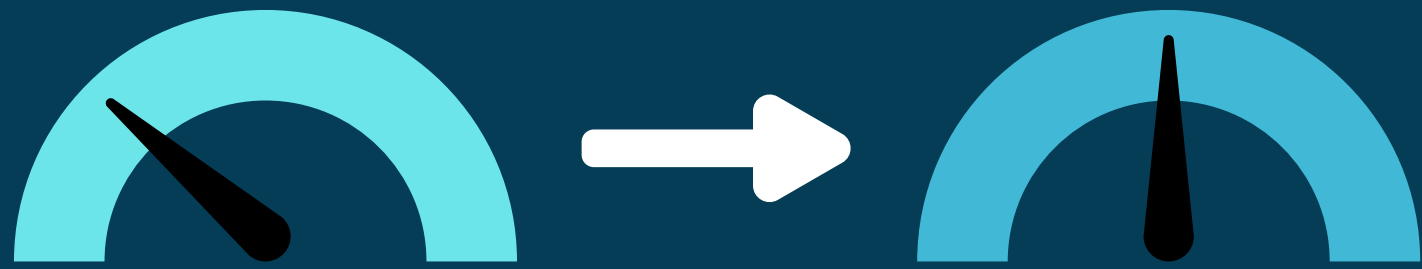
3.1 RECOMANACIONS GENERALS

RECOMANACIONS CLAU PER LA
TRANSFORMACIÓ TECNOLÒGICA
DEL SECTOR TURÍSTIC GIRONÍ

Finançat per



Transició digital del nivell molt bàsic al nivell bàsic



NIVELL MOLT
BÀSIC

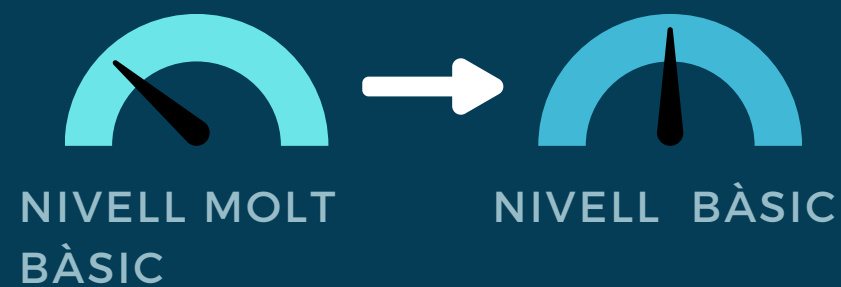
NIVELL BÀSIC

Ús d'eines digitals per a la gestió de dades: L'ús d'eines ofimàtiques per la gestió dels clients et permetrà fer el primer pas a l'entorn digital. El pas previ d'instal·lar un sistema de gestió de clients (CRM) pot ser l'ús d'aquestes eines per recopilar informació històrica del client i personalitzar l'oferta.

Obertura de perfils en pàgines o eines de tercers: Inclou l'obertura d'un perfil als mapes de Google (i similars com Waze o els mapes d'Apple), perfil a les xarxes socials (Instagram, Facebook, TikTok...) i als directoris més famosos. Fer accessible la informació del teu negoci en llocs web als quals l'usuari o usuària està familiaritzat, ajudarà a millorar la visibilitat digital del teu negoci.

Creació d'una pàgina web bàsica: Afegeix informació rellevant del teu negoci a una pàgina web multidioma (escull els idiomes tenint en compte el perfil de client o clienta al qual s'adreça) i accessible (nivell AA de les Pautes WCAG-2.1.). Aquesta pàgina pròpia permetrà començar a treballar la teva presència digital i oferir un espai on el client pot consultar informació a qualsevol hora.

Finançat per



Gestió de reserves: Transició entre l'ús de paper a l'ús d'un sistema de gestió de reserves digital. Pots començar emplenant de forma manual la informació al sistema i consultar la disponibilitat al moment que el client ho demana. Podràs comprovar manualment la disponibilitat abans de confirmar una reserva amb el client.

Anàlisi de dades: Recull de dades a través de les eines ofimàtiques implementades i a través de portals de tercers. L'emmagatzematge de dades en una eina ofimàtica malgrat que no s'utilitzin aquestes dades pel funcionament de l'organització i la presa de decisions pot ser útil per un futur.

Formació al talent: Realització de formacions sobre digitalització quan el personal s'incorpora a l'empresa, així com de l'equip fundador per tal de mantenir l'organització actualitzada.

Finançat per

Recomanacions específiques per subsector



Allotjament: Introdueix un sistema de gestió hotelera (PMS: Property Management System), és a dir, una eina software per gestionar i administrar operacions diàries de l'establiment (permet gestionar reserves, gestió de tarifes, facturació, seguiment de l'inventari, integració amb altres sistemes, optimització del temps, anàlisi de la rendibilitat, etc.).



Agències de viatges: Estableix col·laboracions i comunicació amb plataformes de tercers. Estableix eines de col·laboració en línia per millorar l'accessibilitat dels clients al teu servei. Aquestes plataformes, permeten als clients reservar i fer el pagament en línia per ampliar l'abast del teu negoci.



Activitats guiades: Incorpora funcionalitats online per obrir canals de comunicació virtuals amb els clients, així com eines ofimàtiques per la planificació de les activitats.



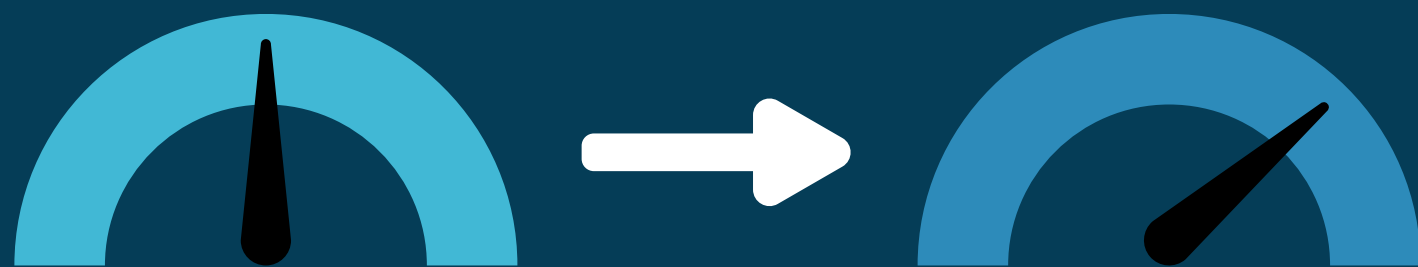
Restauració: Instal·la un sistema de gestió al restaurant (POS: Point Of Sale) que permeti la gestió de les comandes, de l'inventari, de les reserves...). Reduir els processos manuals disminuirà els errors i optimitzarà el temps.



Activitats complementàries: Defineix els protocols d'actuació en cas d'incidència. La implementació d'un protocol d'actuació en cas d'atac cibernètic t'ajudarà a transmetre seguretat als nostres clients i protegir la reputació del negoci.

Finançat per

Transició digital del nivell bàsic al nivell mitjà



NIVELL BÀSIC

NIVELL MITJÀ

Estratègia digital: Avalua les necessitats digitals (punt de situació) i traça una estratègia definida amb un pla d'acció digital. Estableix objectius clars, específics i alineats amb l'estratègia de negoci.

Contingut rellevant: Desenvolupa una estratègia de contingut rellevant i atractiva. El contingut de qualitat és clau per atraure i retenir l'atenció del teu públic. Generant continguts de valor per turistes i tenint en compte el retorn del client milloraràs la comunicació del teu negoci.

Presència en línia: Desenvolupa una pàgina web pròpia optimitzada i amb un sistema de gestió de reserves en línia. Tingues en compte que estigui optimitzada per mòbil, ja que un gran percentatge de clients accedeixen des d'un dispositiu mòbil. Inclou **eines d'analítica de dades** web per tenir les mètriques més rellevants. Integra les xarxes socials facilitant als clients l'accés a aquest canal de comunicació.

Finançat per





NIVELL BÀSIC

NIVELL MITJÀ

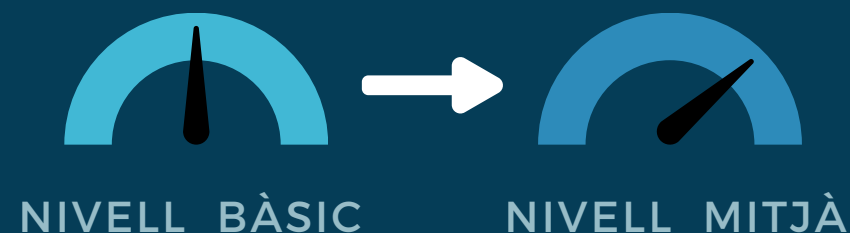
Gestió de reserves: Els clients poden realitzar les seves reserves directament a través de la pàgina web o aplicació mitjançant un sistema en línia, sense necessitat de comunicació directa. La confirmació de reserves es fa de manera automàtica, millorant la immediatesa i eliminant possibles errors humans. El sistema envia confirmacions automàtiques i recordatoris als clients a través de correu electrònic o missatges de text. Això redueix la probabilitat d'errors de comunicació i millora la satisfacció del client.

Anàlisi de dades: L'anàlisi de dades d'un negoci amb nivell de digitalització mitjà experimentaria millores significatives respecte al nivell bàsic, tant en termes de recopilació com d'utilització d'aquestes dades. Les dades es recopilen automàticament a través de sistemes integrats i eines especialitzades. S'integren fonts de dades diverses, incloent-hi sistemes interns, interaccions del client, i dades de tercers. S'apliquen tècniques d'anàlisi, com ara l'anàlisi predictiva i la presa de decisions en funció de les dades. S'utilitzen eines d'anàlisi de negocis per identificar patrons, correlacions i oportunitats de negoci reflectides en les dades.

Gestió de la base de dades: Amb un nivell de digitalització mitjà, la gestió de la base de dades d'un negoci evoluciona significativament, incorporant eines més avançades i eficients. Es podria usar un Sistema de Gestió de Clients (CRM) integrat que recopila dades de clients de manera automàtica i en temps real. El CRM proporciona una visió unificada dels clients, incloent-hi informació històrica, interaccions recents i preferències. La segmentació avançada de clients permet gestionar i registrar interaccions dels clients a través de diversos canals, com ara xats en línia, correus electrònics, xarxes socials i trucades.

Finançat per

Recomanacions específiques per subsector



Allotjament: Un negoci d'allotjament pot beneficiar-se de diverses millores tecnològiques per augmentar l'eficiència i millorar l'experiència dels clients. Algunes d'aquestes millores podrien incloure: check in automàtic, sistemes de claus digitals, sensors intel·ligents, pagament mòbil o assistència virtual.



Agències de viatges: Implementa eines d'automatització del màrqueting per enviar correus electrònics segmentats, campanyes de màrqueting personalitzades i altres iniciatives automatitzades. Això pot estalviar temps i augmentar l'eficàcia de les campanyes de màrqueting.



Activitats guiades: Desenvolupa una plataforma de reserva en línia pròpia per permetre als clients reservar activitats de manera fàcil i immediata. Afegeix la capacitat de veure disponibilitat en temps real i confirmar reserves amb confirmacions automàtiques i enviament de la factura automàtica.



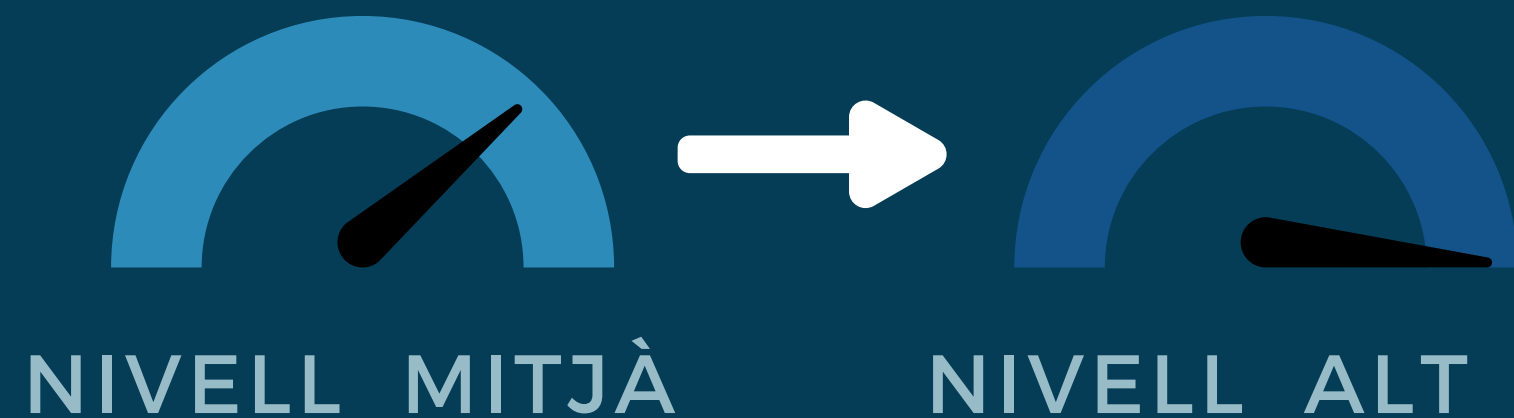
Restauració: La recopilació de dades sobre els plats que els comensals sol·liciten, les begudes, el nombre de taules, els comensals per taula i altres dades relacionades amb la restauració és una pràctica que pot ser una eina estratègica per millorar l'experiència del client i optimitzar les operacions internes.



Activitats complementàries: Incorpora la innovació de producte en les experiències dels clients. Alguns exemples poden ser: realitat virtual en escape rooms, geolocalització de vehicles de lloguer, sistemes de gestió de reserves, etc.

Finançat per

Transició digital del nivell bàsic al nivell mitjà

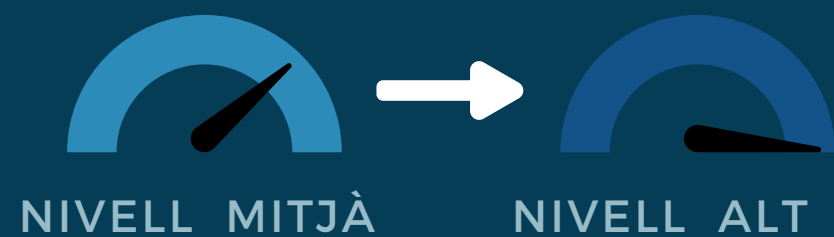


Estratègia digital: Estableix una estratègia SEO/SEM per al teu lloc web amb l'objectiu d'incrementar la visibilitat i potenciar el trànsit web. Desenvolupa proves A/B en el lloc web del negoci amb la finalitat de millorar les mètriques de conversió, i analitzar el comportament de l'usuari per a la presa de decisions informades.

Contingut rellevant: Crea campanyes regulars de contingut de valor per l'usuari per tal de maximitzar la retenció, fidelització i atracció de clients. Segmenta les campanyes en funció del teu públic objectiu i fes créixer la base de dades actual.

Seguretat avançada i protecció de dades: Reforça la seguretat cibernètica i implementa mesures avançades per protegir la privacitat i la seguretat de les dades dels clients. Garanteix conformitat amb les regulacions vigents sobre protecció de dades.

Finançat per



Automatització de màrqueting: Utilització de plataformes d'automatització de màrqueting per a campanyes multicanal, integrant correus electrònics, xarxes socials i altres canals de comunicació per mantenir els clients informats i compromesos.

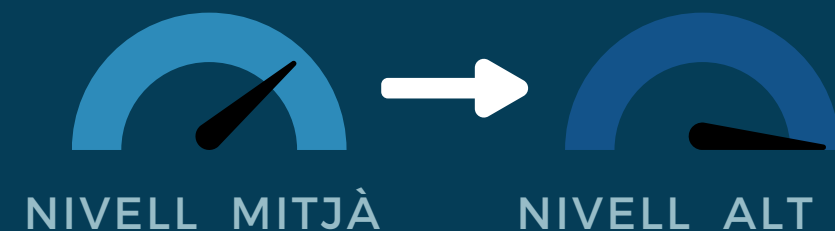
Gestió avançada de pagaments: Integra sistemes de pagament avançats que ofereixin una varietat d'opcions, incloent-hi opcions familiars per al client (Bizum, PayPal, Stripe, Klarna, transferència bancària, etc.) per satisfer les necessitats diverses dels clients i millorar la seguretat de les transaccions.

Gestió de dades: Estableix un sistema que permeti la gestió de dades en temps real, assegurant que la informació sobre la disponibilitat, els preus i altres detalls estigui actualitzada immediatament per als clients i el personal. Utilitza aquestes eines d'analítica de dades avançades per personalitzar l'experiència del client en temps real. Això podria incloure suggeriments personalitzats d'activitats, ofertes especials basades en preferències i altres serveis adaptats.

Implementació de Tecnologies Emergents: Explora tecnologies emergents com la realitat virtual (VR) o la realitat augmentada (AR) per oferir experiències immersives als clients, com ara visites virtuals o mostres interactives dels teus serveis.

Finançat per

Recomanacions específiques per subsector



Allotjament: Incorpora un sistema de gestió de preus RMS (Revenue Management System) integrat al sistema de gestió de canals i el PMS (Property Management System) per tal d'optimitzar la fixació de preus i la disponibilitat de les habitacions en la indústria hotelera.



Agències de viatges: Aplica l'anàlisi predictiva i l'ús de dades massives per preveure tendències de viatges, anticipar la demanda i ajustar les estratègies de màrqueting i preus en conseqüència. Utilitza dades històriques i en temps real per millorar la presa de decisions.



Activitats guiades: Utilitza un sistema de gestió d'activitats integrat que permeti una visió centralitzada de totes les reserves, activitats programades i recursos necessaris. Això facilita la planificació i la coordinació interna.



Restauració: Desenvolupa una plataforma de reserves en línia integrada amb el teu sistema de gestió de reserves i el PMS per a una gestió més eficient de les reserves i de les taules del restaurant.



Activitats complementàries: Integra eines d'analítica de dades avançades per recopilar i analitzar dades sobre les preferències dels clients, la popularitat de les activitats i altres mètriques clau. Utilitza aquesta informació per ajustar les estratègies.

Finançat per

Pensaments finals pel sector de la restauració



La digitalització d'un restaurant no implica que tot el negoci hagi de ser exclusivament en línia, sinó que s'ha de buscar un equilibri entre l'experiència física i l'ús de tecnologia per millorar els processos.



La digitalització pot ser una oportunitat per millorar l'eficiència operativa i l'experiència dels clients, utilitzant eines com aplicacions de reserva en línia o sistemes de comanda electrònica a domicili.



La tecnologia pot ajudar a automatitzar processos repetitius i de baix valor afegit, com ara la gestió de reserves o la facturació, per aconseguir una major eficiència i permetre al personal centrar-se en tasques més estratègiques i de servei al client.



La formació i capacitació del personal és una eina per garantir que estiguin preparats per fer ús de les noves tecnologies i comprendre com aquestes milloren l'experiència dels clients i l'eficiència del negoci.

Finançat per

Pensaments finals pel sector de l'allotjament



La ciberseguretat implica no només protegir les dades en línia, sinó també establir protocols d'actuació en cas d'atac i assegurar la seguretat dels ordinadors i altres dispositius utilitzats en el sector de l'allotjament.



Integrar eines de màrqueting digital per a la promoció dels allotjaments, com campanyes SEM i optimització del SEO, pot suposar una oportunitat per arribar a un públic més ampli i augmentar la visibilitat en línia.



La integració de tecnologia i automatització de processos pot optimitzar les tasques administratives i de gestió, com la facturació, control d'inventari i gestió de reserves, permetent una major eficiència operativa i reduint errors humans.



La incorporació de tecnologia complementa l'enfocament centrat en les necessitats del client i en mantenir la calidesa de l'atenció personalitzada, així com l'experiència física del client que defineix el sector de l'allotjament.

Finançat per



Pensaments finals pel sector de les activitats guiades



La digitalització pot afavorir la promoció i difusió de les activitats guiades, arribant a un públic més ampli i generant més visibilitat en línia.



L'ús de plataformes de reserves en línia pot simplificar el procés de reserva per als clients i optimitzar la gestió de places disponibles en les activitats.



La implementació de tecnologies com aplicacions mòbils i guiatge virtual pot millorar l'experiència dels participants, oferint-los informació detallada i interactiva durant l'activitat.



La captació i anàlisi de dades dels clients és una eina essencial per comprendre les seves preferències i necessitats, la qual cosa permet adaptar les activitats guiades i millorar l'experiència global. A més, també ajuda a impulsar la fidelització dels clients i a fomentar la repetició de les seves visites.

Finançat per



Pensaments finals pel sector de les agències de viatges



L'adopció d'una estratègia de màrqueting digital clara i definida, permet a les agències de viatges expandir la seva presència en línia i arribar a un públic més ampli, obrint noves oportunitats de negoci.



L'ús de xarxes socials i altres canals digitals proporciona a les agències de viatges una plataforma per promoure els seus serveis, crear interacció amb els clients i generar recomanacions de boca en boca digital.



L'automatització de la relació amb els clients i la personalització dels paquets de serveis són elements clau per a les agències de viatges en l'era digital. Aquesta combinació permet innovar per a proporcionar una experiència única i adaptada a les necessitats de cada client, millorant la satisfacció i la fidelització.



La ciberseguretat és una prioritat en la digitalització de les agències de viatges, ja que protegir les dades dels clients i garantir la privadesa són factors crítics per a la confiança i reputació de l'empresa.

Finançat per



Pensaments finals pel sector d'activitats complementàries



Mitjançant la digitalització, els negocis d'activitats complementàries poden expandir la seva presència en línia i arribar a un públic més ampli, així com millorar la seva visibilitat en el mercat turístic.



L'aplicació de tecnologies avançades com la intel·ligència artificial i la realitat virtual ofereix a les activitats complementàries oportunitats d'innovació excepcionals, com ara la creació d'experiències immersives i personalitzades per als clients, la millora de la interacció amb els productes o la prestació de serveis basats en recomanacions intel·ligents.



La implementació d'un sistema de gestió de relació amb el client (CRM) pot ser una estratègia clau per a les activitats complementàries, permetent-los organitzar, analitzar i utilitzar eficaçment les dades dels clients per millorar la segmentació, personalitzar les ofertes i fomentar la fidelització dels clients.



Les activitats complementàries han de considerar la ciberseguretat com una prioritat, implementant protocols d'actuació per protegir les dades dels clients i evitar atacs cibernètics que puguin posar en perill la reputació del negoci.

Finançat per

Exemples d'ús de tecnologies en empreses del sector turístic



La Realitat Virtual (RV) pot proporcionar diverses oportunitats i avantatges al sector turístic.

Experiència immersiva per a potencials clients: Ús de la RV per oferir als clients una experiència immersiva de les seves destinacions i ofertes turístiques. Per exemple, les empreses d'escape rooms poden crear experiències virtuals, permetent als jugadors participar des de qualsevol lloc del món. Això amplia el públic potencial i pot proporcionar una font addicional de negoci.

Visites Virtuals: Creació de visites virtuals que permeten als clients explorar els llocs abans de la seva visita real. Això pot ajudar-los a planificar millor el seu temps i a prendre decisions informades sobre les activitats i llocs d'interès que volen experimentar.

Exemples d'ús de tecnologies en empreses del sector turístic



Les tecnologies de pagament sense contacte en el sector turístic ofereixen avantatges tant per als clients com per als negocis. Per als clients, permeten una experiència de pagament més eficient i còmoda, eliminant la necessitat de manipular diners en efectiu o de passar targetes físiques. Per als negocis, la implementació de sistemes de pagament sense contacte pot millorar la velocitat del servei i reduir els temps d'espera, especialment en àrees com ara hotels, restaurants i atraccions turístiques, on el flux constant de clients és essencial.

Això no només millora l'experiència del client, sinó que també pot augmentar l'eficiència operativa i la satisfacció dels clients. D'altra banda, les tecnologies de pagament sense contacte també poden contribuir a la seguretat, ja que redueixen la dependència del maneig de diners en efectiu, que pot ser més propens a problemes com ara pèrdues o robatoris. Així, la introducció d'aquestes tecnologies pot ser vista com una evolució positiva en la manera com les transaccions es duen a terme en el sector turístic.

Finançat per

Exemples d'ús de tecnologies en empreses del sector turístic



La implementació de sistemes de **registre d'entrada automàtics** mitjançant taquilles intel·ligents pot oferir diversos beneficis tant per als usuaris com per a les empreses. A continuació, alguns avantatges clau:

Eficiència i estalvi de temps:

- Els usuaris poden fer l'entrada a l'allotjament de manera ràpida i eficient sense haver d'esperar en cues llargues.
- L'automatització redueix el temps dedicat a processos manuals, la qual cosa pot accelerar l'experiència de l'usuari.

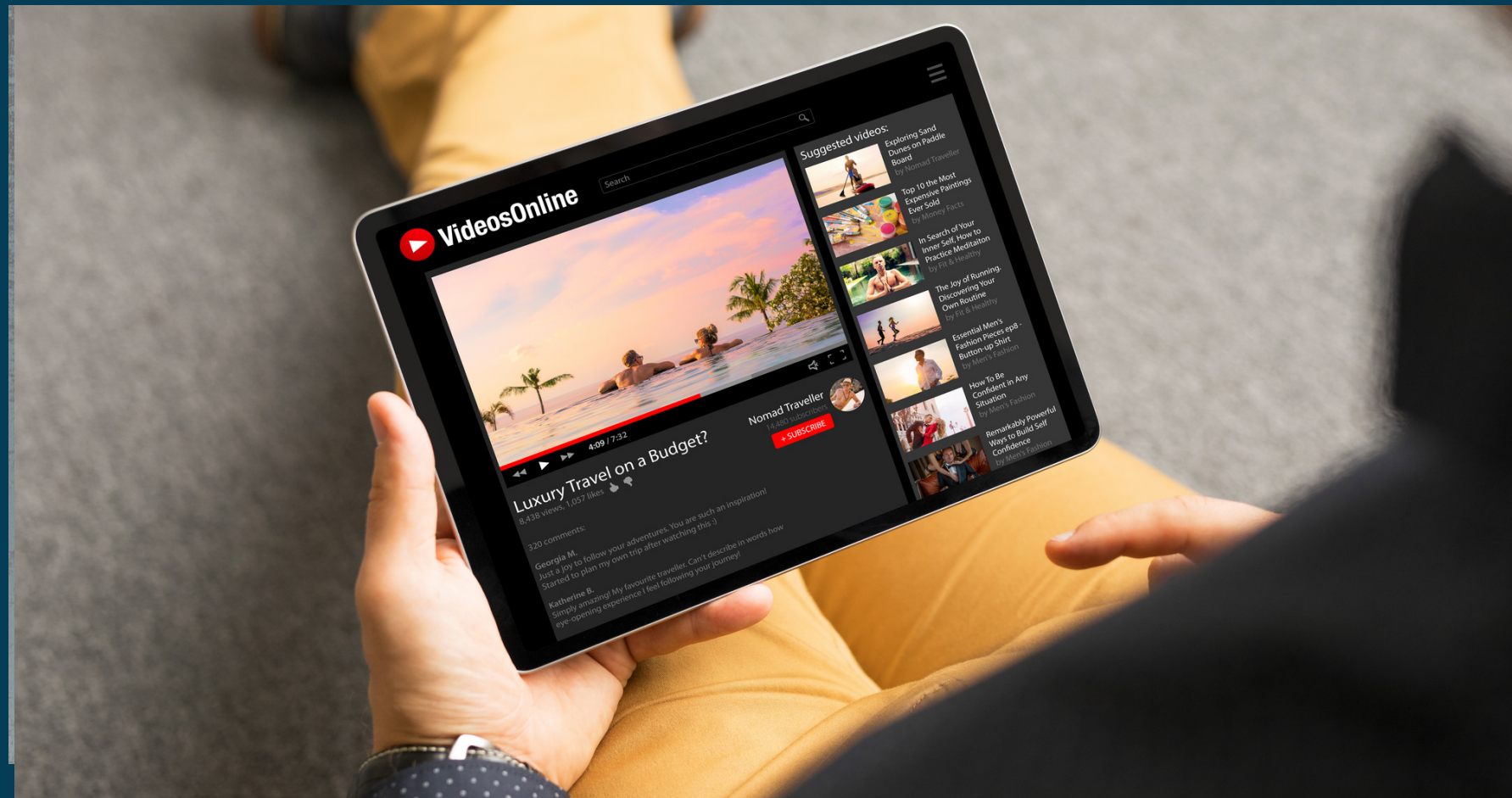
Flexibilitat horària:

- Les taquilles intel·ligents permeten als usuaris entrar en qualsevol moment, sense dependre d'horaris específics d'atenció al client.

Millora de l'experiència de l'usuari:

- Els usuaris gaudeixen d'una experiència més convenient i sense complicacions en utilitzar serveis automatitzats. La disponibilitat millora l'accessibilitat i comoditat dels usuaris.

Exemples d'ús de tecnologies en empreses del sector turístic



L'ús de **vídeo i continguts creatius** ofereix diversos beneficis als usuaris, especialment en el context empresarial del sector turístic. Els vídeos i continguts creatius són més atractius i captivadors que els continguts escrits. Poden captar l'atenció de l'usuari de manera ràpida i eficaç, fent que es quedin més temps consumint la informació. Proporcionar una experiència visual millora la comprensió i la retenció de la informació. Veure vídeos i continguts creatius relacionats amb una empresa incrementa la confiança dels usuaris. Concretament, l'ús de:

Vídeos promocionals: Crear vídeos atractius per promocionar destinacions, hotels o serveis turístics.

Testimonis de clients: Recopilar vídeos de testimonis de clients que comparteixin les seves experiències positives amb la marca.

Tutorials i guies: Publicar vídeos amb tutorials sobre com planificar viatges, què fer en destinacions específiques, etc.

Col·laboracions amb persones influents o empreses complementàries del sector: Treballar amb col·laboracions per crear contingut creatiu que mostri els atractius del servei ofert.

Exemples d'ús de tecnologies en empreses del sector turístic



L'automatització de processos implica la utilització de tecnologia per a executar tasques de manera automàtica, reduint la necessitat d'intervenció humana i millorant l'eficiència operativa. A continuació es mostra una guia general sobre com implementar l'automatització de processos:

1-Identificació dels processos a automatitzar: Anàlisi dels processos existents per identificar aquells que són repetitius, amb un volum elevat de dades o que impliquen passos rutinaris.

2-Definició d'objectius clars: Establiment d'objectius específics per a l'automatització, com la reducció de temps, millora de l'exactitud o estalvi de costos.

3-Avaluació de la tecnologia disponible: Investigació de les eines i les plataformes d'automatització disponibles. Hi ha solucions per a diverses àrees, com ara la gestió de projectes, la facturació, la gestió de relacions amb el client (CRM), i altres.

4-Selecció de la tecnologia adequada: La decisió de quina és la tecnologia adequada depèn dels requisits específics del negoci. Cal assegurar que la solució seleccionada sigui escalable i compatible amb altres sistemes existents.

5-Desenvolupament, planificació i configuració de les solucions: Depenent de l'estratègia d'automatització, és possible necessitar la configuració d'eines existents o utilitzar plataformes de no-codi per construir fluxos de treball automatitzats (exemple: Zapier).

6-Entrenament i transició: En aquesta fase es proporciona entrenament al personal que utilitzarà les noves solucions i la planificació de la transició dels processos manuals als nous processos automatitzats.

7-Monitoratge i optimització contínua: Establiment d'un sistema de monitoratge per avaluar el rendiment de l'automatització. Optimització dels processos automàtics de manera continuada per assegurar que compleixen amb els objectius establerts. Addicionalment, inclou la implementació d'eines d'analítica per recollir dades sobre el rendiment dels processos automatitzats. Això proporcionarà informació valuosa per a futures millores.

Finançat per



Fonts d'informació

Historial

Local Soluciones Digitales S.L. (2023). Qüestionaris, investigació i entrevistes de detecció de necessitats. Treball de camp realitzat per Local Soluciones Digitales S.L. <https://digitalizap.com/>.

(1) Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, Secretaría General en colaboración con SEGITTUR (turismo e innovación). (2022). Informe Nivel de digitalización de las pequeñas empresas y microempresas turísticas en España.

(2) ONTSI. (2023). Tecnologías digitales en la empresa. Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad. Red.es. Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial. Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. Obtenido de: <https://www.ontsi.es/es/publicaciones/tecnologias-digitales-en-la-empresa-2023>

(3) Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (2021). Informe de digitalización de las pymes 2021. Una visión por sectores. Madrid: Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, Secretaría General Técnica. <https://www.doi.org/10.30923/094-21-064-1>.

(4) Institut Nacional d'Estadística (INE). (consulta en línia maig 2023). Indicadors sobre el sector del turisme. Recuperat de [Institut Nacional d'Estadística \(INE\). Indicadors sobre el sector del turisme. https://www.ine.es/](https://www.ine.es/)

(5) Ajuntament de Girona. (consulta en línia maig 2023). Indicadors sobre el sector del turisme. Recuperat de [Ajuntament de Girona. Indicadors sobre el sector del turisme. https://web.girona.cat/](https://web.girona.cat/)

Finançat per



(6) Test de diagnosi digital Acelera Pyme. (consulta en línia maig 2023). Recuperat de [Test de diagnosi digital Acelera Pyme \(https://www.acelerapyme.gob.es/\)](https://www.acelerapyme.gob.es/) segons els indicadors DESI i DII de la Comisió Europea.

(7) Comisión Europea. (consulta en línia maig 2023). DESI - Digital Economy and Society Index. Recuperado de [European Comission](#).

(8) Gobierno de España. datos.gob.es. (consulta en línia maig 2023). Nuevos informes sobre transformación digital en España. Recuperado de <https://datos.gob.es/es/noticia/nuevos-informes-sobre-transformacion-digital-en-espana>

(9) Medina Cerezo, A. (2015). Necesidades formativas tecnológicas en turismo. Estudio de caso de Andalucía. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 13(4), Special Issue.

(10) Deloitte. (Octubre 2022). Plan de respuesta al sector turismo. Un plan para asegurar la sostenibilidad de España como destino. Recuperado de [Deloitte. Plan de respuesta al sector turismo. Un plan para asegurar la sostenibilidad de España como destino. \(Octubre 2022\). Retrieved: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/es/Documents/ConsumerBusiness/Deloitte-es-consumer-plan-respuesta-sector-turismo-resumen-ejecutivo.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/es/Documents/ConsumerBusiness/Deloitte-es-consumer-plan-respuesta-sector-turismo-resumen-ejecutivo.pdf)

(11) Idescat. (consulta en línia maig 2023). Idescat: Institut d'Estadística de Catalunya. Recuperado de <https://www.idescat.cat/?lang=es>

Finançat per



INFORME

GUIA PRÀCTICA PER A LA DIGITALITZACIÓ

PIMES del sector turístic del municipi de Girona

Local Soluciones Digitales, S.L. Desembre 2023

Finançat per

