

SEGITTUR
turismo e innovación

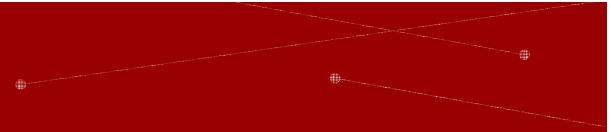
UNA EMPRESA AL SERVICIO DE LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO

Carlos Romero Dexeus

Director de Investigación, Desarrollo e Innovación Turística

Noviembre 2008

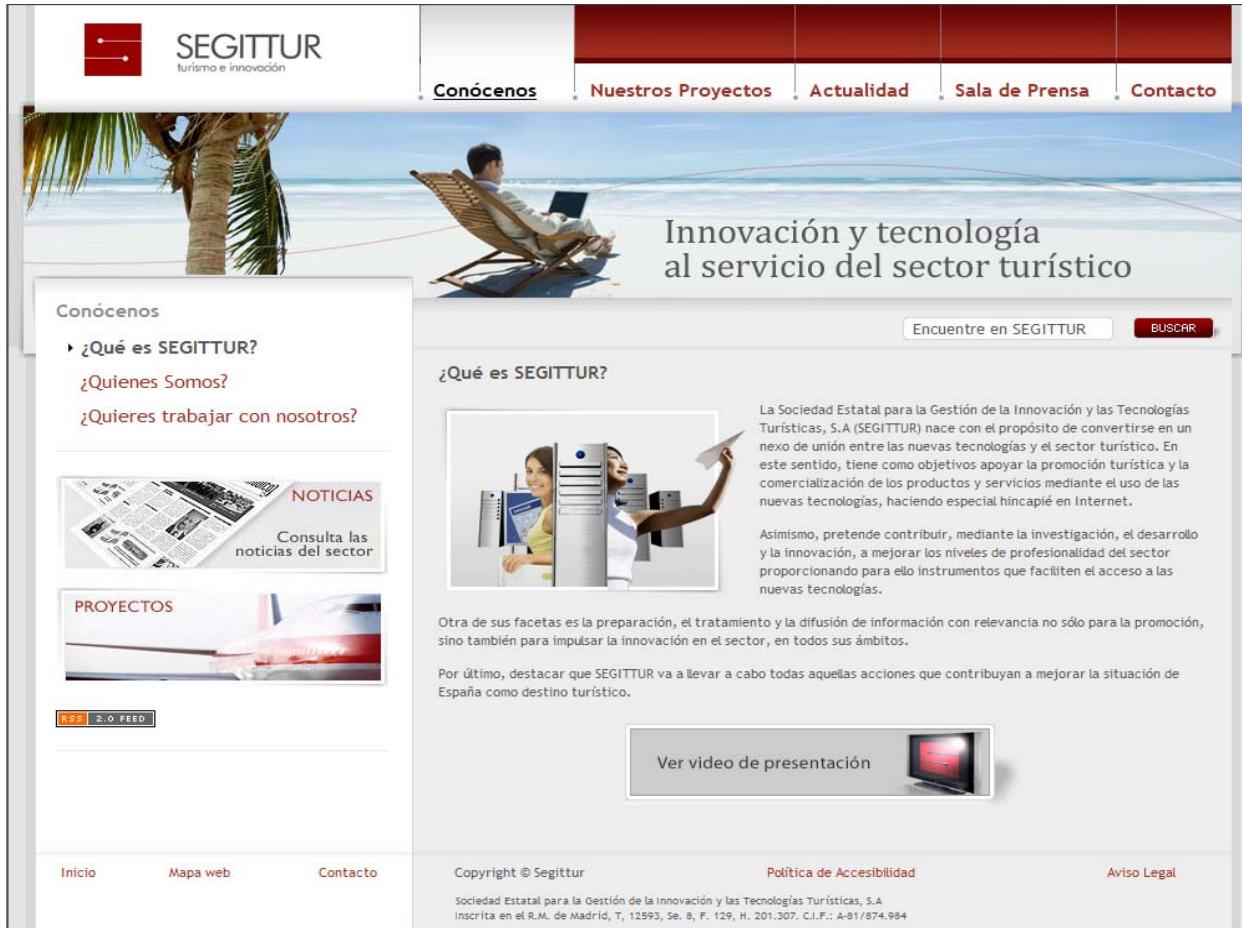




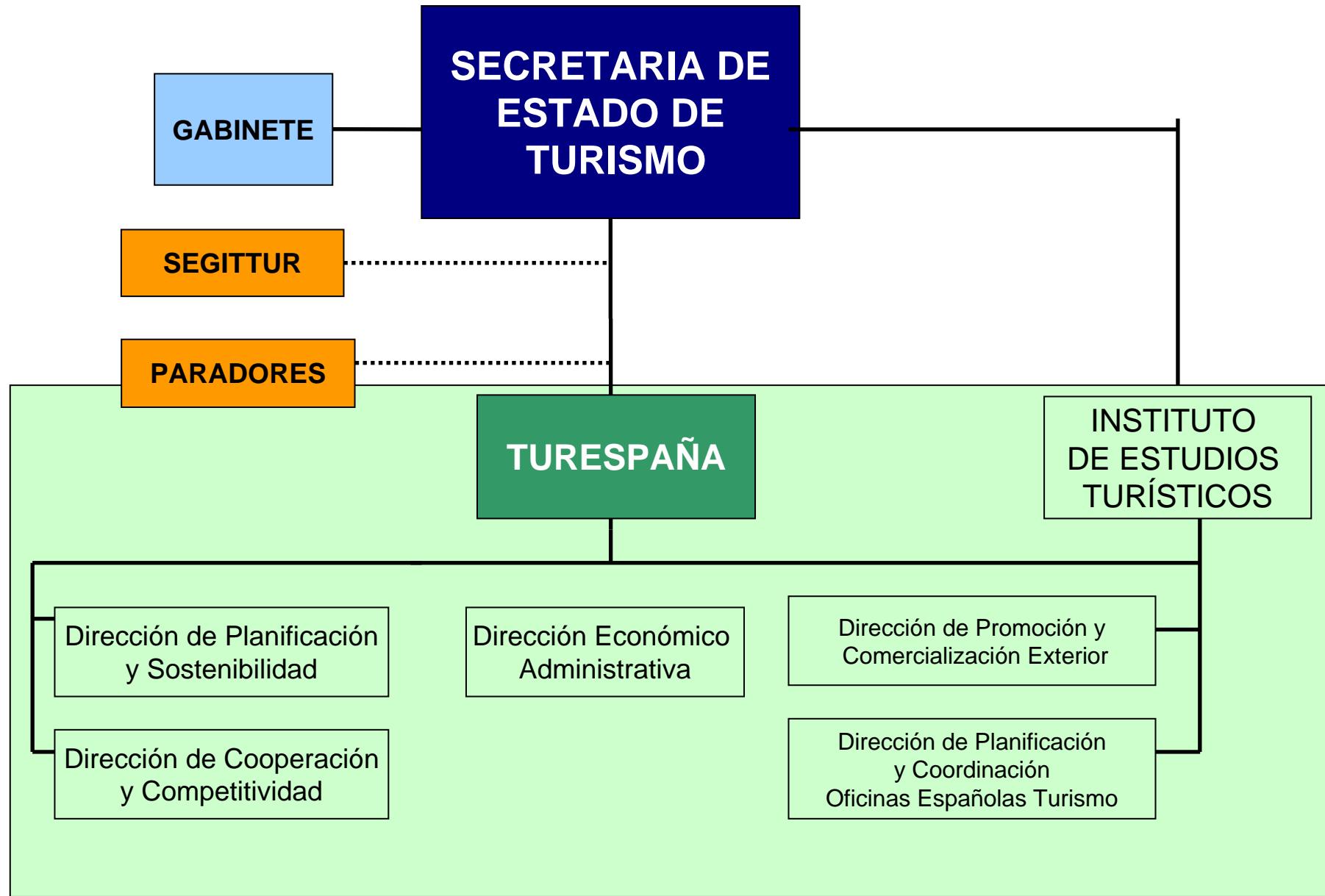
01

¿Quiénes somos?

La Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas



The screenshot shows the official website of SEGITTUR. At the top, there's a navigation bar with links to 'Conócenos' (in white), 'Nuestros Proyectos' (in red), 'Actualidad', 'Sala de Prensa', and 'Contacto'. The main banner features a tropical beach scene with a palm tree and a person in a deck chair. The text 'Innovación y tecnología al servicio del sector turístico' is displayed. On the left sidebar, there are sections for 'Conócenos' (with links to '¿Qué es SEGITTUR?', '¿Quienes Somos?', and '¿Quieres trabajar con nosotros?'), 'NOTICIAS' (with a thumbnail of a newspaper and the text 'Consulta las noticias del sector'), 'PROYECTOS' (with a thumbnail of a document), and an 'RSS 2.0 FEED' link. The right main content area has a heading '¿Qué es SEGITTUR?' with a sub-image of two people using a computer. Below it is a detailed description of the organization's mission and objectives. There's also a section about their role in innovation and professional development, followed by a link to a video presentation. At the bottom, there are footer links for 'Inicio', 'Mapa web', 'Contacto', 'Copyright © Segittur', 'Política de Accesibilidad', 'Aviso Legal', and a small note about the company's registration.



Contribuimos al desarrollo de las nuevas tecnologías relacionadas con el turismo, para potenciar el uso de las mismas entre los actores del sector con el objetivo de afianzar la posición de liderazgo de España.

En el año 2008
se incorporan nuevas
competencias y se crea la
Dirección de I+D+i de SEGITTUR.

El Departamento nace con la voluntad de consolidar y apoyar la estrategia nacional de I+D+i turística con la finalidad de desarrollar las ventajas competitivas derivadas de una nueva economía en la que la **innovación**, el **conocimiento** y la **captación y desarrollo del talento** sean los activos estratégicos clave para incrementar la productividad del sector turístico en el marco de las actuaciones previstas por el Plan del Turismo Español Horizonte 2020.



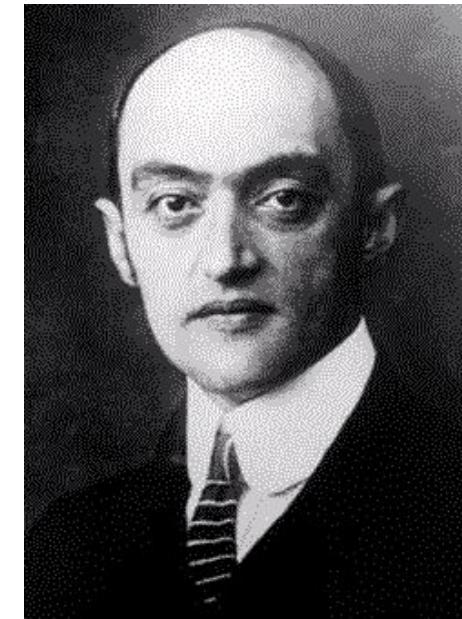
02

¿Qué es la innovación?

LOS ORÍGENES

La innovación como motor del desarrollo económico en un sistema capitalista, supone un proceso dinámico de “destrucción creativa” en el cual las nuevas tecnologías sustituyen a las antiguas.

J. Schumpeter (1934)



LOS ORÍGENES

La innovación implica desarrollos de los inventos, institucionalizando nuevos métodos de producción o introduciendo los nuevos productos o servicios en el mercado.

J. Schumpeter (1934)



HACIA EL CONCEPTO DE INNOVACIÓN

“Las empresas consiguen ventaja competitiva mediante innovaciones”

“El crecimiento y mantenimiento de la competitividad exige a las empresas una continua innovación”

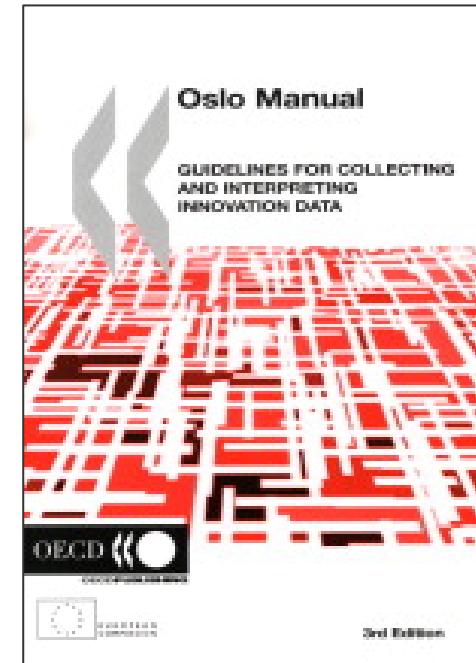
“La capacidad de innovar es posiblemente el factor de competitividad más importante para una empresa”

**INNOVACIÓN
TODO CAMBIO BASADO EN EL CONOCIMIENTO QUE GENERA VALOR**

CONCEPTO DE INNOVACIÓN

Una innovación es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), proceso, método de comercialización o método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o de las relaciones exteriores.

*Manual de Oslo, OCDE, 3^a Edición,
(Jul.2005)*



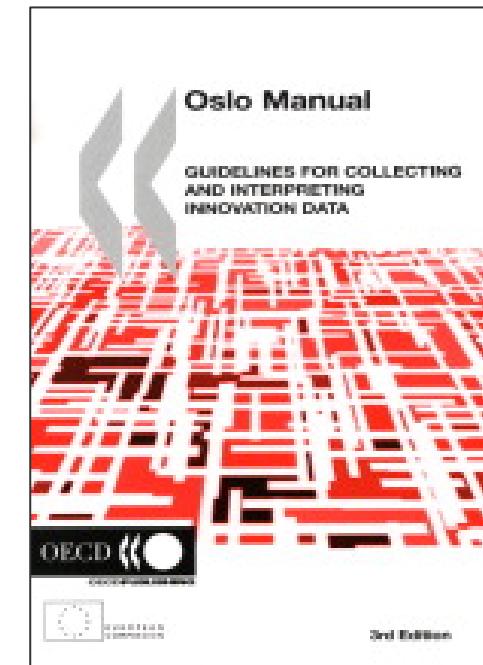
TIPOS DE INNOVACIÓN

La innovación tecnológica comprende nuevos productos (bienes y servicios) y procesos gracias a la tecnología.

INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

INNOVACIÓN NO TECNOLÓGICA

La innovación tecnológica comprende nuevos productos (bienes y servicios) y procesos gracias a la tecnología.





03

**¿Por qué innovan las empresas
y destinos turísticos?**

POR QUÉ LAS EMPRESAS Y DESTINOS INNOVAN

Supervivencia o Ganar cuota de mercado: permanecer en el mercado ante una creciente presencia de una multiplicidad de marcas y de destinos a nivel global

Incrementar beneficios: reduciendo costes, disminución de riesgos financieros, mejorando la cuenta de explotación de las empresas y rentabilidad de los visitantes

Responder a la demanda cambiante de los consumidores ante una industria “*demand driven*”

Mejora del posicionamiento: ya sea a través de mejores productos, de mejoras la imagen, de una mejor eficiencia, o de una mejor satisfacción de los clientes



04

¿Qué impulsa la innovación?

LOS MOTORES DE LA INNOVACIÓN

GLOBALIZACIÓN

COMPETENCIA

CONSUMIDORES

EL PROCESO DE GLOBALIZACIÓN: MOTOR DE LA INNOVACIÓN



Proceso de integración económica a nivel mundial mediante la eliminación de barreras para facilitar la movilidad de comercio y capitales, así como la difusión de conocimiento e información.

GLOBALIZACIÓN



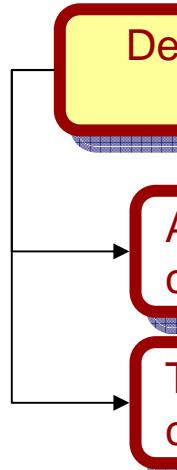
GLOBALIZACIÓN

Desarrollar

Aviación
capaz



GLOBALIZACIÓN



Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A.

GLOBALIZACIÓN

Desarroll
aé

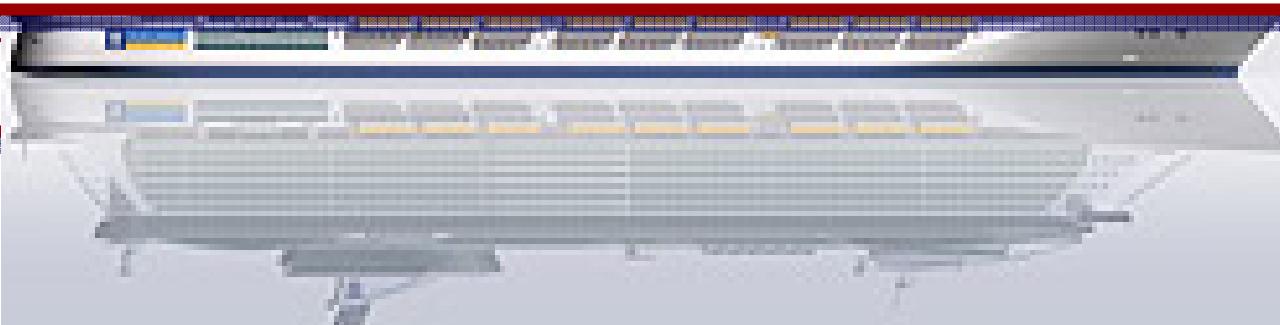
Avione
ca

Tur
do

Crucer
Genes

**FREEDOM OF THE SEAS, EL MAYOR DEL MUNDO, 3.600
PASAJEROS**

**PROYECT GENESIS SERÁ EL PRÓXIMO EN 2009 CON CAPACIDAD
PARA 5.400 PASAJEROS**



GLOBALIZACIÓN



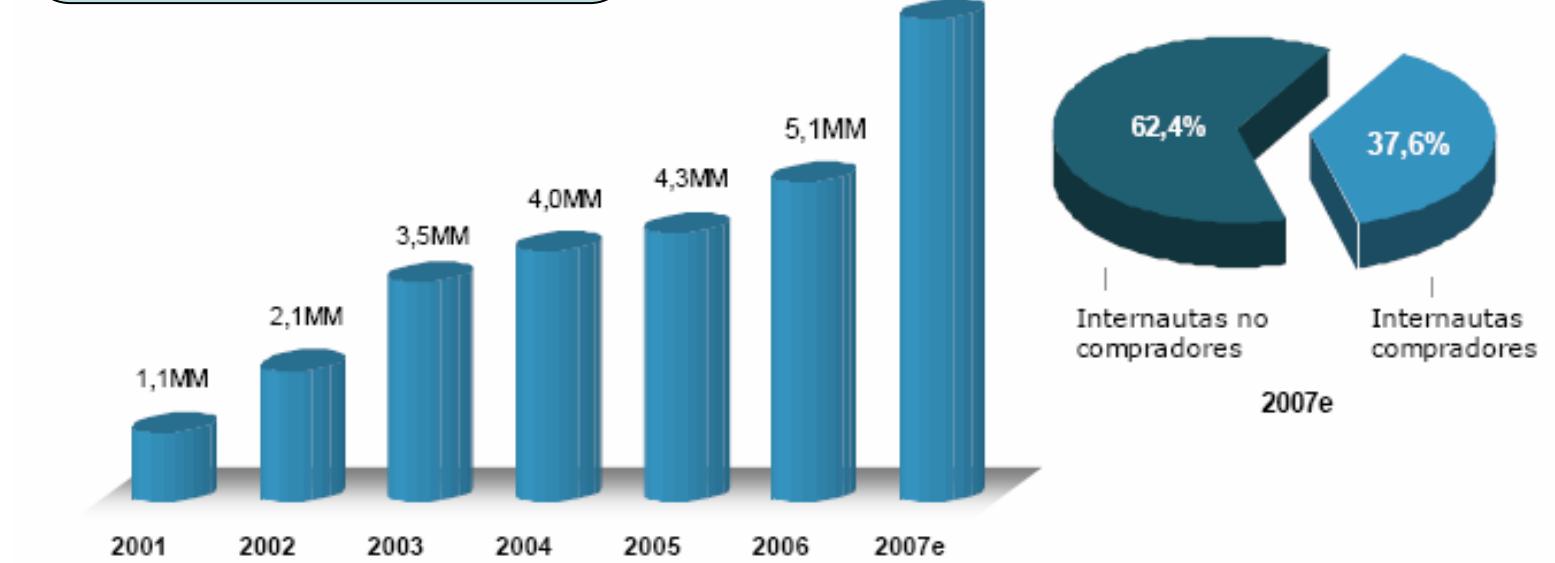
GLOBALIZACIÓN

WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS						
World Regions	Population	Population	Internet Usage,	% Population	Usage % of World	Usage Growth 2000-2007
Africa	1,021,450,040	243,700	35,910,000	3.4 %	3.4 %	882.7 %
Asia	3,750,000,000	473,700	126,203,714	38.7 %	38.7 %	346.6 %
Europe	712,000,000	203,700	55,910,000	26.4 %	26.4 %	231.2 %
Middle East	192,000,000	43,700	8,175,836	2.5 %	2.5 %	920.2 %
North America	334,659,631	5.1 %	238,015,529	71.1 %	18.0 %	120.2 %
Latin America/Caribbean	569,133,474	8.6 %	126,203,714	22.2 %	9.6 %	598.5 %
Oceania / Australia	33,569,718	0.5 %	19,175,836	57.1 %	1.5 %	151.6 %
WORLD TOTAL	6,606,971,659	100.0 %	1,319,872,109	20.0 %	100.0 %	265.6 %

YA SOMOS MÁS DE 1.300 MILLONES!

Evolución compradores por internet en España

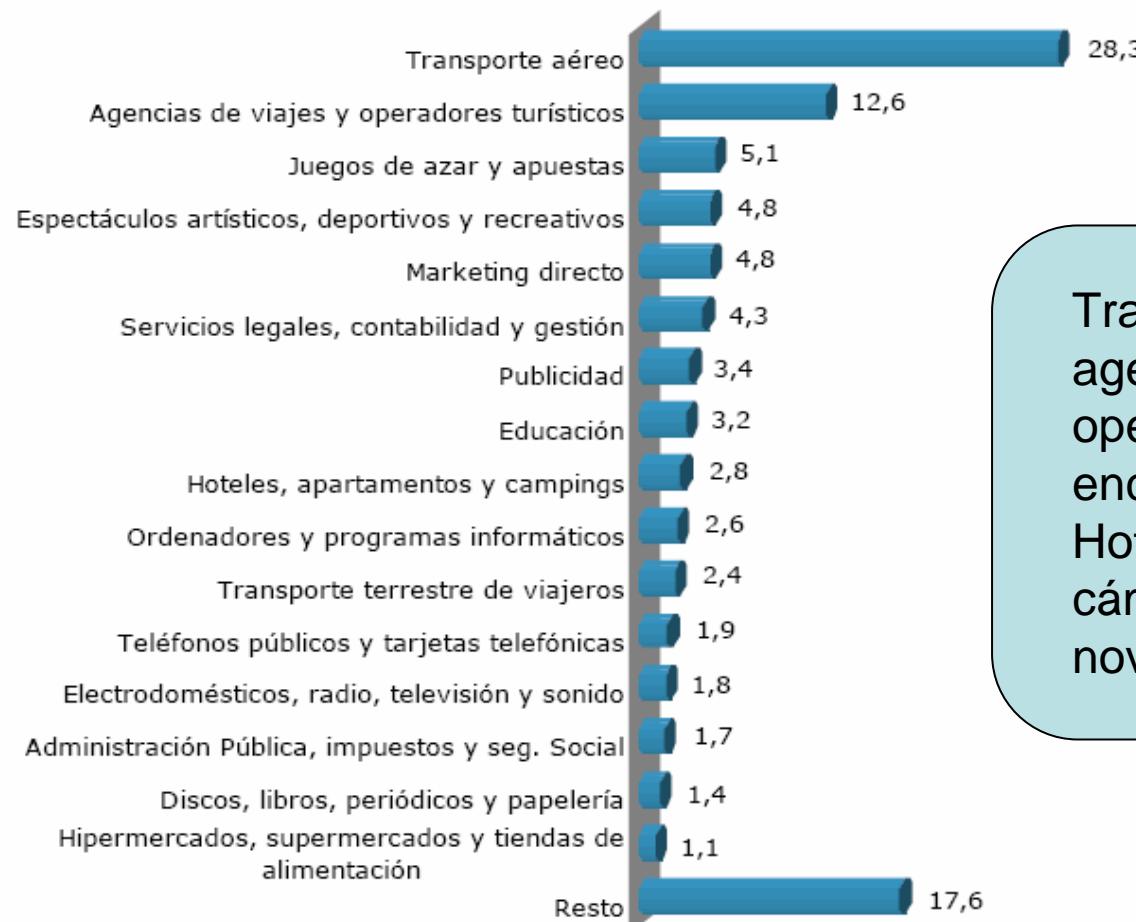
La cifra ha aumentado más de un 50% en sólo un año



Fuente: ONTSI

Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A.

Volumen de negocio del comercio electrónico por sectores de actividad 2007



Transporte aéreo,
agencias de viajes y
operadores turísticos
encabezan el ranking.
Hoteles, apartamentos y
cámpings están en la
novena posición

Fuente: Observatorio Red.es

Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A.



GLOBALIZACIÓN

Movimientos de capitales instantáneos

Liberalización del comercio internacional

Eliminación de las barreras

Desarrollo de compañías transnacionales

Internacionalización de Grandes Cadenas Hoteleras,
Consolidación de Compañías Aéreas, Agregadores, e



34 países



20 países



13 países



17 países

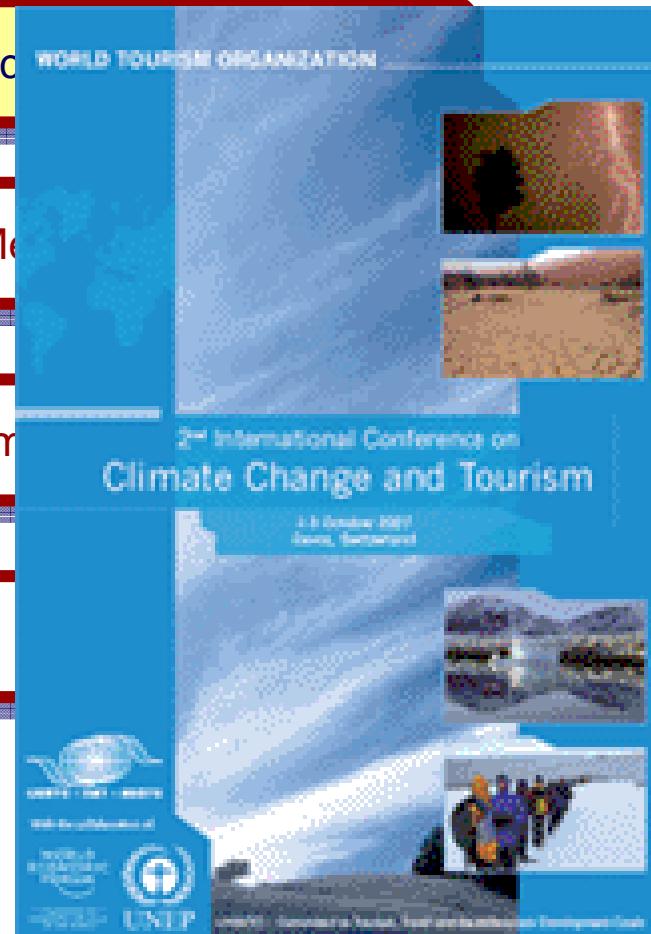
GLOBALIZACIÓN

Desarrollo de una cultura global

Cambio climático - Medio Ambiente

Seguridad - Terrorismo

Pobreza - Desarrollo



LA COMPETENCIA: MOTOR DE LA INNOVACIÓN



Proceso de rivalidad entre las empresas para atraer clientes, fidelizarlos y ganar por lo tanto cuota de mercado, mediante la segmentación, la diferenciación y/o el liderazgo en costes

COMPETENCIA

SEGMENTACIÓN

El proceso de convertirse en proveedor especializado de una clientela muy selectiva, en un nicho de mercado.

DIFERENCIACIÓN

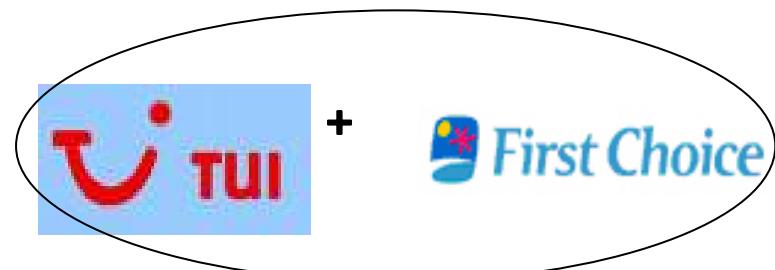
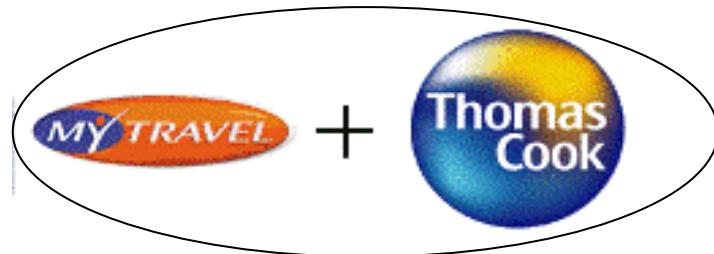
El proceso de crear en el producto o servicio prestado cualidades percibidas como únicas.

LIDERAZGO EN COSTES

El proceso de producción de productos o servicios a un coste menor que la competencia.

COMPETENCIA

Creciente concentración de operadores



4 Grandes GDS a nivel mundial



COMPETENCIA

Creciente diversificación de marcas

Grandes cadenas hoteleras



COMPETENCIA

Competencia y colaboración

Alianzas estratégicas entre aerolíneas



Star Alliance Member airlines not including ANA		
AIR CANADA Air Canada (AC)	AIR NEW ZEALAND Air New Zealand (NZ)	 Scandinavian Airlines Scandinavian Airlines (SK)
 Lufthansa Lufthansa (LH)	 bmi British Midland (BD)	 LOT POLISH AIRLINES LOT Polish Airlines (LO)
 ASIANA AIRLINES Asiana Airlines (OZ)	 SINGAPORE AIRLINES Singapore Airlines (SQ)	 Spanair Spanair (JK)
 UNITED United Airlines (UA)	 THAI Thai Airways International (TG)	 Austrian Austrian Airlines (OS)
 U.S AIRWAYS US Airways (US)	 TAP PORTUGAL TAP Air Portugal (TP)	 SWISS Swiss International AirLines (LX)
 SOUTH AFRICAN AIRWAYS South African Airways (SA)		

AmericanAirlines®

 **BRITISH AIRWAYS**

 **CATHAY PACIFIC**

 **FINNAIR**

 **IBERIA**

 **JAL JAPAN AIRLINES**

 **LAN**

 **MALEV**

 **QANTAS**

COMPETENCIA

Competencia en precio

Compañías de bajo coste



EL CONSUMIDOR: MOTOR DE LA INNOVACIÓN



LOS CONSUMIDORES: MOTORES DE LA INNOVACIÓN

- Un consumidor con mayor poder de decisión

- Un consumidor super-informado

- Un consumidor que demanda segmentos de “uno”



- Que opera en un supermercado electrónico global

- Un consumidor de más edad

- Un consumidor con diferentes estructuras familiares

- Hacia una vida más saludable

LOS CONSUMIDORES: MOTORES DE LA INNOVACIÓN

- Con mayor nivel formativo y experiencia viajera
- Mayor concienciación ambiental: turista responsable
- Aparición de nuevos estilos de vida
- Ahorrador de tiempo
- Viajes aspiracionales: compra experiencias únicas
- Un consumidor más sofisticado en sus preferencias





05

Innovaciones tecnológicas en el Sector turístico

4 GRANDES TENDENCIAS TECNOLÓGICAS

Proceso de digitalización de la sociedad

Acceso y Conectividad creciente (entre proveedores y usuarios)

Convergencia creciente (de contenidos y aparatos)

Evolución de la Web (+usuarios, +servicios, +funcionalidades)

INNOVACIÓN TECNOLÓGICAS EN EL SECTOR TURÍSTICO

Nuevos servicios turísticos a través de la Web

Nuevo papel de los consumidores (productores de contenidos, miembros de comunidades)

Portales dinámicos

Sistemas de reservas, gestión de inventarios, precios,..



05

Algunos ejemplos reales



InsideTrip - Intelligent travel choices - Windows Internet Explorer

http://insidetripc.com/

Y! Buscar Resaltar Anti-Spy Yahoo! Entrar Correo Mi Yahoo! Y! Respuestas Noticias Cine Música Deportes Juegos Configuración

Google insidetripc.com Ir Marcadores 157 bloqueados Corrector ortográfico Enviar a insidetripc.com Página Herramientas

InsideTrip - Intelligent travel choices

insidetrip™ BETA
intelligent travel choices

What Makes a Quality Trip?
Is it Price, Speed, Comfort, Ease?
What's important to you?

InsideTrip allows YOU to rate your trip according to each of these factors and helps you wade through the hundreds of flight options on the market today.

From To
Type city/airport then select from list.
 Include nearby airports

Depart Time Return Time
mm/dd/yyyy Anytime mm/dd/yyyy Anytime

Travelers Cabin
1 Economy

Search Flights

\$386 buy now
SEA EWR EWR SEA
12:45p 2h15' 12:58a 5:40p 1h37' 11:55p
AirTran Airways Duration = 9h 13m
Details TripQuality = 61

\$395 buy now
SEA EWR EWR SEA
4:10p 12:11a 8:00a 11:02a
Continental Airlines Duration = 5h 1m
Details TripQuality = 86

Speed Comfort Ease
Overall TripQuality **62**

Speed Comfort Ease
Overall TripQuality **88**

Options | Privacy Policy | Contact Us

SPEED
 Number of stops
 Travel duration
 On-time stats
 Security wait time

COMFORT
 Legroom
 Aircraft type
 Aircraft age
 Seats filled percentage

EASE
 Connect time
 Routing quality
 Lost bags rank
 Gate location

Internet 100% 20:10



Tripli | Organize your travel - Windows Internet Explorer

http://www.tripit.com/

Yahoo! Anti-Spy Entrar Correo My Mi Yahoo! Y! Respuestas Noticias Cine Música Deportes Juegos Configuración

Google tripit.com Ir Marcadores 157 bloqueados Corrector ortográfico Enviar a tripit.com

TripIt | Organize your travel

Login | Sign-up | Help | Feedback

Tripli BETA
Organize your travel

Home MyTrips MyNetwork TripSearch NEW TripIt traveler profiles!

How TripIt Works

- 1 Just email TripIt your travel plans—no matter where you booked.
- 2 TripIt builds you a master itinerary with all your plans and more.
- 3 With TripIt, it's easy to share, print and access your itinerary from anywhere.

Just forward your travel confirmation emails to:

plans@tripit.com

Learn More

Tripli is a personal travel assistant that automatically organizes all your travel plans. Tripli is free and makes it easy to...

- Quickly organize all your travel plans -- flights, hotels, cars, trains, cruises and more
- Automatically get itineraries with all your plans, weather, maps, restaurants

VOTE FOR US!

THE INDUSTRY STANDARD 100

Internet 100% 20:22

Inicio SEGITTUR Carlos R... Microsoft PowerPoi... TripIt | Organize yo... Documento1 - Micr... E5 Escritorio nero @SEARCH Norton™





Guía de hoteles en vídeo en todo el mundo. Reserve online su habitación de hotel en Paris, Nuev - Windows Internet Explorer

http://www.tvtrip.es/

Yahoo! Buscar Resaltar Anti-Spy Yahoo! Entrar Correo Mi Yahoo! Y! Respuestas Noticias Cine Música Deportes Juegos Google Google tripit.com Ir Marcadores 157 bloqueados Corrector ortográfico Enviar a tripit com Configuración Página Herramientas

Guía de hoteles en vídeo en todo el mundo. Reserve ... Acceder | Regístrate | Mis viajes

TV trip

Buscador de vídeos de hoteles

Hoteles Ofertas Newsletter

Descubra nuestros vídeos y... ¡encuentre su hotel!

Encuentre su hotel Introduzca ciudad, aeropuerto o monumento Llegada Salida Buscar

Mostrar resultados : En una lista En el mapa En la galería de vídeos NEW

Selecciónar un destino en el mapa
7797 destinos, 33371 hoteles, 1156692 comentarios, 8624 videos

Principales ciudades

Barcelona	Florencia	Niza
Berlín	Glasgow	Nueva York
Bilbao	Lisboa	París
Bruselas	Londres	Praga

El video del día:
Hotel Sezz - París ★★★★☆

Internet 100% 20:24

Inicio Microsoft PowerPoi... Guía de hoteles en ... Documento1 - Micr... Norton™



Bid on hotel accommodation now: Ubid4rooms.com - Windows Internet Explorer

http://www.ubid4rooms.com/pg-home.seo

Yahoo! Buscar Anti-Spy Entrar Correo My Mi Yahoo! YI Respuestas Noticias Cine Música Deportes Juegos Configuración Google ubid4rooms Ir Marcadores 157 bloqueados Corrector ortográfico Enviar a ubid4rooms Página Herramientas Bid on hotel accommodation now: Ubid4rooms.com

Ubid4rooms.com

1300 723 661 Add to favourites

Home About Us Bid History Contact Us FAQ Supplier Console

Home

Search Accommodation

Basic Search

Select a Destination:

- Sydney
- Sydney CBD
- Melbourne
- Melbourne CBD
- Adelaide
- Brisbane
- Canberra
- Darwin
- Gold Coast
- Tasmania
- Cook Islands

Advanced Search (Optional)

Property Type: All Types

Only properties with bidding: No

Property of the Week

"Castaway Cove Resort Noosa

When you stay at this absolute beachfront resort (no road to cross), you feel like you're miles from anywhere. On your doorstep is 15km of ocean beach, yet you are only a 5 minute drive from all the restaurants and shops of cosmopolitan Noosa."

How Bidding Works

Find out how you can bid on selected rooms & possibly save hundreds on your hotel booking!

Inicio Microsoft PowerPoi... Bid on hotel accom... Documento1 - Micr... nero@SEARCH Norton 20:30

UN NUEVO SERVICIO A LA CARTA

●

PrimeTimeTables.com es un exclusivo Club en el que los miembros pueden obtener reservas en los mejores restaurantes de EE.UU y Londres. emociones.





Mapa Visual de la Web 2.0

Este mapa agrupa de forma visual los principales conceptos que habitualmente se relacionan con la Web 2.0, junto con una breve explicación. Además se han seleccionado algunos ejemplos de servicios de la Internet hispana que suelen enmarcarse en la Web 2.0. También se incluyen algunos representantes globales de la Web 2.0 habitualmente utilizados por el público hispano. Un glosario técnico explica con mayor detalle algunas de las tecnologías y acrónimos asociados con este fenómeno. Se puede acceder a una versión en línea de este mapa en www.internality.com/web20.

www.internality.com/web20

Fundación Orange

Concepto y realización
Internality:
internality.com

PRIMER TRIMESTRE 2007

Glosario de Términos Comunes

Web Semántica – Conceptualmente se basa en añadir significado a los datos, en forma de metadatos, de modo que los ordenadores puedan entender mejor la información que existe en la World Wide Web.

Web Services (Servicios Web) – Conjunto de especificaciones que facilitan la comunicación y provisión de servicios entre diferentes aplicaciones vía web.

Wi-Fi (Wireless Fidelity) – Marca que se usa para designar un conjunto de estándares para redes inalámbricas, generalmente de corto alcance, bajo diferentes normas.

XHTML (Extensible Hypertext Markup Language) – Lenguaje Extendible de Marcas de Hipertexto – Versión XML más avanzada del lenguaje HTML que se utiliza para la creación y visualización de páginas web.

XML (eXtensible Markup Language) – Lenguaje de Marcas Extendible – Metalingüaje de uso general que sirve para definir otros lenguajes de programación o formatos de intercambio de información según diversas necesidades.

UN NUEVO SERVICIO A LA CARTA

Yahoo Travel Planner es una herramienta más entre las iniciativas que se han desarrollado en el contexto de la Web2.0 que permite a los usuarios organizar sus vacaciones, elegir agenda e itinerarios, publicar imágenes, aconsejar a otros viajeros, etc..



Comunidades

TravBuddy
Meet fellow travelers. Share travel experiences.

Shop | Tour | Register | Login
Search for: Search

Home My Profile Destinations TravBuddies Blogs Reviews Forums Sign Up!

TravBuddy is an online community for [meeting travelers](#) and sharing [travel reviews](#), [photos](#) and [blogs](#)

Get honest hotel advice, find the best hotel rates

City:
Check-in: November 29 2007 Check-out: December 1 2007

Thousands of honest hotel reviews from real travelers!

World travel guide 

Already a TravBuddy member?
Username:
Password:
[forgot your password?](#)
 Remember my username

1,244,786 TravBuddies are sharing 45,645 travel blogs, 12,242 travel reviews, and 472,328 travel photos!

Create your own countries visited map [TravBuddy Travel Forums - Join in!](#) [TravBuddy Clothing & Gear](#) [TravBuddy Success Stories](#)

Featured Travel Blog

i'm crashing like a tidal wave that drags me out to sea.
Dusseldorf, Germany -> Germany -> ...
i spent summer this year at my aunt's place in waiblingen, in baden wurtemberg, germany. i stayed in my step-cousin's room
posted by: 
[lauro](#)
[View previously featured travel blogs](#)

Featured Travel Review

Mind the Gap
Europe
I'd say that the biggest difference between European states and American would be the subtle idiosyncrasies in standards an...
posted by: 
[padams82](#)
[View previously featured travel reviews](#)

Recent Travel Blog and Travel Review Updates

Ibis Old Town Hotel Prague
★ travel review from Prague, Czech Republic
updated a few seconds ago
We stayed at the Ibis Old Town Hotel in Prague, 22-24 Nov 07. It's an adequate hotel, especially if you're going to spend most of your time away from the room. The room is very spartan and quite small. The only chair is a small, hard one for sitting at the "desk". Only one trash can in the room and that's in the bathroom. Only 2 small, thin towels were provided -- no hand towels or washcloths. The room was very warm, even with the temperature outside in the 30's and 40s F and didn't see...
posted by: 
[mustang649](#)
RSS


Puerto Natales and Navimac Cruise
★ travel blog from Puerto Natales, Chile
posted by: 

- Mezcla de Google Maps, Google Earth, weblogs y Flickr. Se lanzó no hace mucho y está ganando usuarios a un ritmo trepidante.
- Permite contar tu viaje, compartir fotos, geolocalizar los sitios y todo bien relacionado (quién viaja a dónde, etc...)

Comunidades

tripadvisor®
Consejo para todos sus viajes

Más de 10.000.000 críticas y opiniones sobre hoteles, vacaciones y más

Iniciar sesión ▾ Registrarse

¡18.031.467 de viajeros de 191 países planificaron viajes esta semana!

Buscar: IR

¡Planifica tu viaje!

Hotels **Vuelos** **Críticas**

▶ Los mejores hoteles según la opinión de millones de viajeros como tú.

Ciudad:

Entrada: 30 nov **Salida**: 2 dic

Nivel de precios: **Adultos**: 2 **Moneda**: Euro

VER PRECIOS

Buscar destinos



Europa | Oriente Medio | África | Asia
Estados Unidos | Canadá | Caribe | Pacífico Sur
México | América Central | América del Sur

Reproches y Alabanzas

El bueno, el feo y el malo: relatos auténticos de viajeros reales

Grand Oasis Punta Cana
Punta Cana, República Dominicana
 4.0
"...En el buffet había ratones correteando por nuestros pies y si movías las cortinas salían 4 o 5 ratones de cada una...uno de los ratones muertos estuvo 3 días por lo menos en el mismo sitio." [Lee más](#)

Iberostar Varadero
Playa Varadero, Cuba
 5.0
"...El hotel es excelente, las habitaciones amplias, los baños muy completos con bañera y ducha, las instalaciones muy buenas, gran piscina y una playa magnifica...el personal muy amable." [Lee más](#)

2 de más de 5.000.000 de opiniones y críticas imparciales de confianza

Reproches y Alabanzas **Sitios de Moda** **Fotos** **◀ ▶**

Los 10 primeros: Rincones inolvidables

1. [South Island](#), Nueva Zelanda, Pacífico Sur

Consigue rápidamente consejos de tus amigos sobre viajes.



tripadvisor® ¡CONSIGUE CONSEJOS AHORA!

TripAdvisor™ temas de actualidad

- [Punta Cana - Que es más entretenido Punta Cana o Varaderos](#)
6 respuestas, ayer, 23:04
- [París - necesito un itinerario de paris en 3 dias](#)
25 respuestas, hoy, 11:53
- [Roma - se ofrecen VISITAS guiadas por ROMA](#)
6 respuestas, hoy, 12:58

- Web de información y consejos sobre viajes, con más de 10 millones de críticas y opiniones acerca de más de 200.000 hoteles y atracciones.
- Dispone de herramientas para recabar la opinión de los usuarios de forma imparcial

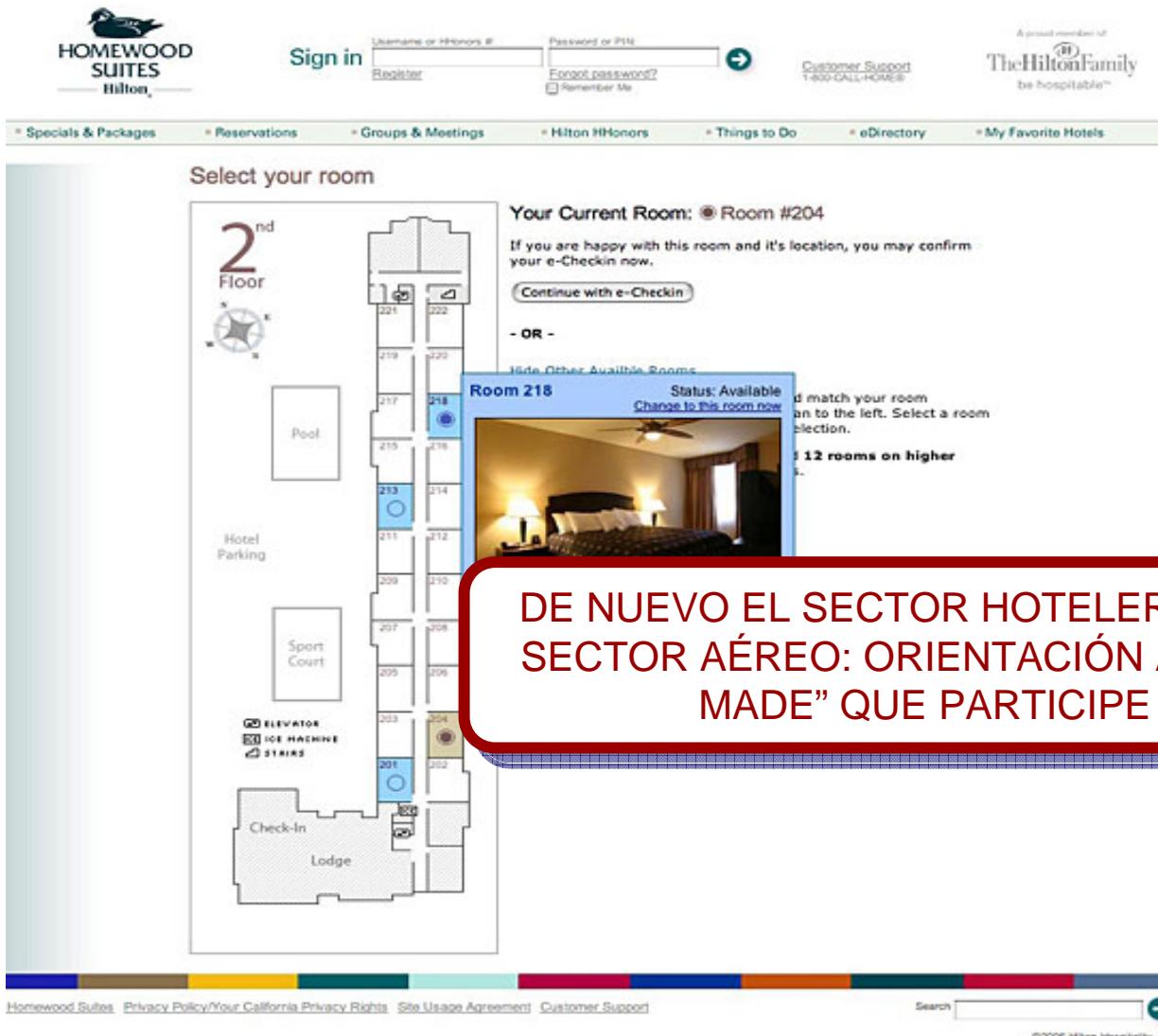
FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE

Personalizar el trato al cliente para conseguir fidelizarlo, dirigiéndose a su vertiente emocional, incorporándolo a una comunidad virtual que comparte emociones.



The screenshot shows the homepage of Sheraton.com. At the top, there's a navigation bar with links for Home, Reservations, Special Offers, Vacation Ideas, and Starwood Preferred Guest. Below the navigation, there's a search form for "Find Rooms & Rates" with fields for "In a city" (selected), "Near an address (U.S. only)", "City", "State/Province", and "Country". There are also fields for "Check-in" and "Check-out" dates. A "Search" button is located at the bottom right of the search form. In the center, a large yellow callout box says "Welcome to the New Sheraton.com! Share your travel story and connect with others". It features a thumbnail of a woman eating and the text "Sheraton Travel Story #274" followed by a quote: "We drove from Vegas to San Francisco, just to find the perfect taco..." and "SAN FRANCISCO, CA". To the right of the search form, there's a "Language" dropdown, a "Need Help?" link, and a "Help Options" button. On the right side of the page, there's a sidebar with a world map titled "Navigate the Global Map | List" and sections for "Our Best Rate Guarantee", "Get away together.", "Save up to 50%", and "Stay Connected".

UN NUEVO SERVICIO EN HOTELES



The screenshot shows a hotel floor plan for the 2nd floor of a Homewood Suites by Hilton. Room 218 is highlighted with a blue border and labeled "Status: Available". A callout box over this room contains the text: "If you are happy with this room and its location, you may confirm your e-Checkin now." Below this are two options: "Continue with e-Checkin" and "- OR -". A link "Hide Other Available Rooms" is also visible. The floor plan includes labels for the "Pool", "Sport Court", "Hotel Parking", "Check-In Lodge", and "ELEVATOR", "ICE MACHINE", and "STAIRS". At the top of the page, there is a "Sign in" section with fields for "Username or HHonors #", "Password or PIN", and "Forgot password?". There are also links for "Register", "Customer Support", and "TheHiltonFamily". A navigation bar at the bottom includes links for "Specials & Packages", "Reservations", "Groups & Meetings", "Hilton HHonors", "Things to Do", "eDirectory", and "My Favorite Hotels".

DE NUEVO EL SECTOR HOTELERO SIGUE LOS PASOS AL SECTOR AÉREO: ORIENTACIÓN AL CLIENTE “CUSTOMER MADE” QUE PARTICIPE CADA VEZ MÁS

E-TICKETING

E-Ticketing: gracias a la generalización de Internet las compañías aéreas ponen a disposición de sus clientes la compra de billetes aéreos desde su ordenador o mediante una llamada de teléfono a cambio de “un localizador de compra”.



Bar-Coded Boarding Pass (BCBP): las compañías cada vez más ofrecen la posibilidad de emitir e imprimir en casa las tarjetas de embarque y el emplazamiento de las máquinas de auto-checking. El viajero asume de este modo el proceso de emisión y facturación.

Common Use Self-Service (CUSS) Kiosks: como alternativa a la impresión de las tarjetas de embarque en casa los CUSS permiten realizar el check-in sin la ayuda de nadie.

MULTIPLICIDAD DE CANALES DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN ELECTRÓNICA

Las nuevas tecnologías permiten gestionar diferentes canales de distribución con distintos niveles de intermediación. Surgen nuevos canales de distribución.



Proveedores y clientes se relacionan cada vez más de forma diferente y esto nos está llevando a una redefinición completa de los modelos tradicionales de promoción, marketing y distribución de productos y servicios turísticos.



06



El papel de SEGITTUR

Impulsar el Plan del Turismo Español Horizonte 2020



1. Desarrollar en el turismo las ventajas de la **nueva economía**: Conocimiento e Innovación, nuevas herramientas tecnológicas.
2. Mejorar el **valor ofrecido al cliente**: Calidad Percibida, España Experiencial, Ayudando a vender, CRM...
3. Asegurar la **sostenibilidad** del Modelo Turístico español: Medio ambiente, desestacionalización, recualificación de destinos, ...
4. Mejorar el **marco competitivo**. Accesibilidad, simplificación administrativa, cultura cooperativa.
5. Impulsar un nuevo **liderazgo compartido** del sistema turístico.

Algunas de las iniciativas emprendidas....

La Red de Conocimiento e Innovación Turística de España



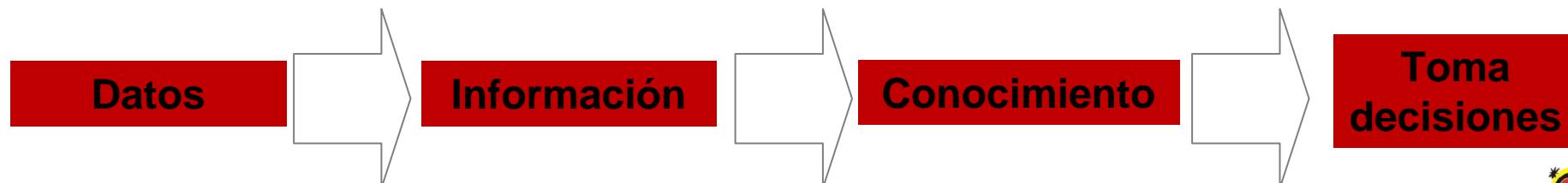
Útil

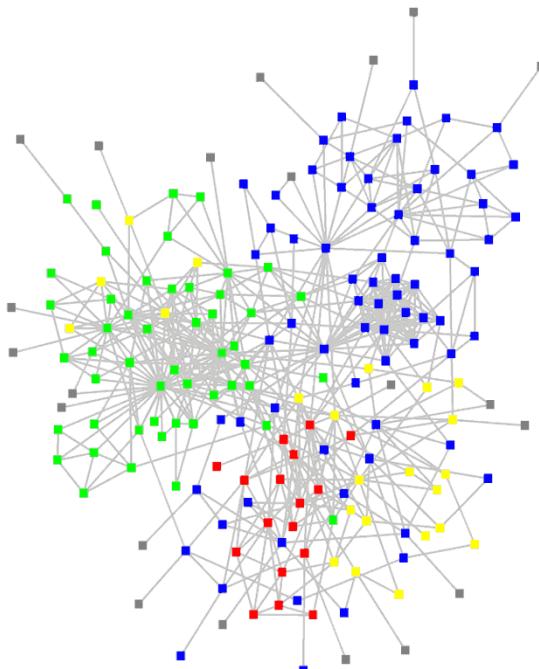
Accesible

Fiable

De referencia

Para la toma de decisiones de los agentes del Sistema Turístico Español

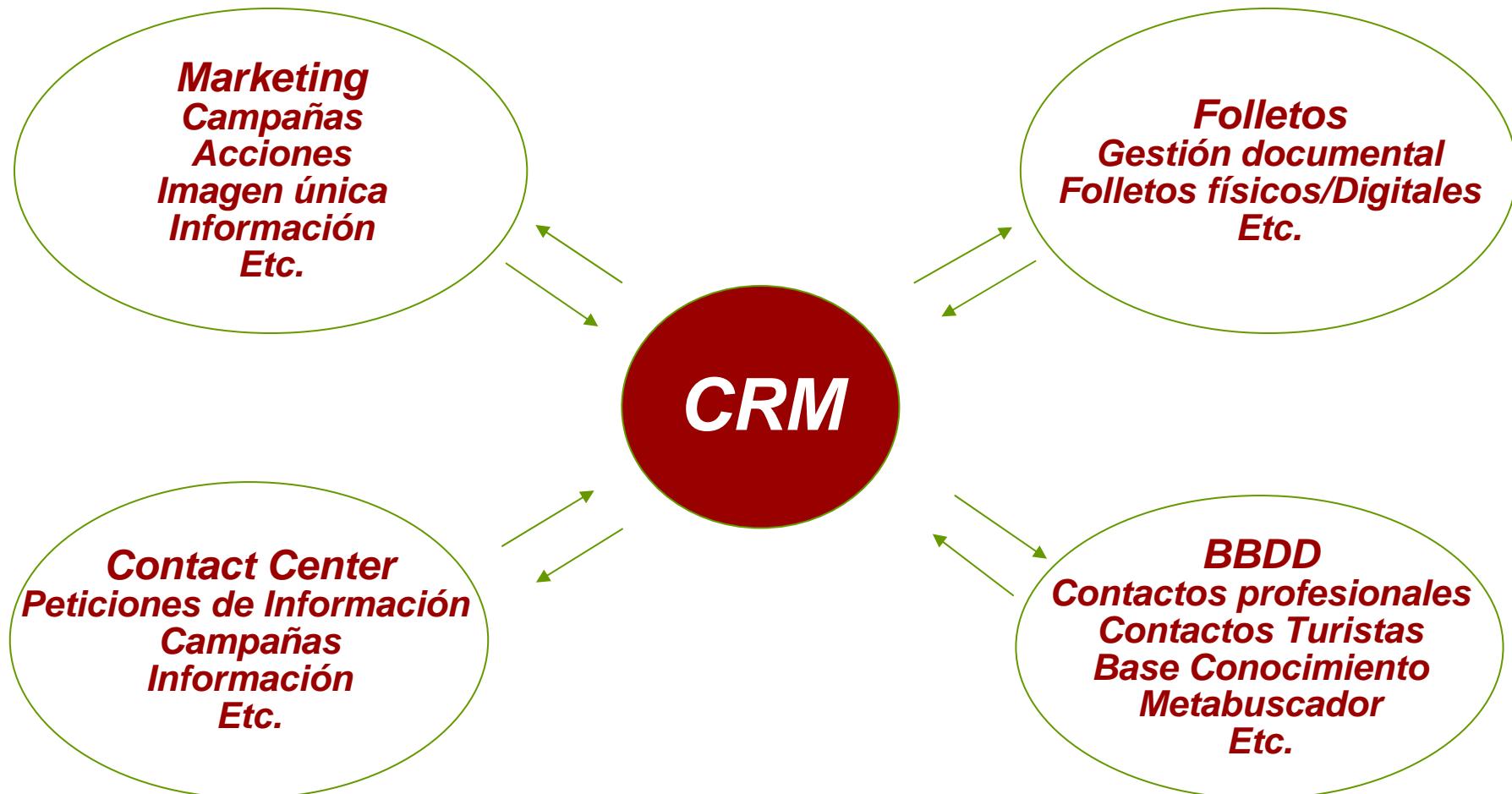




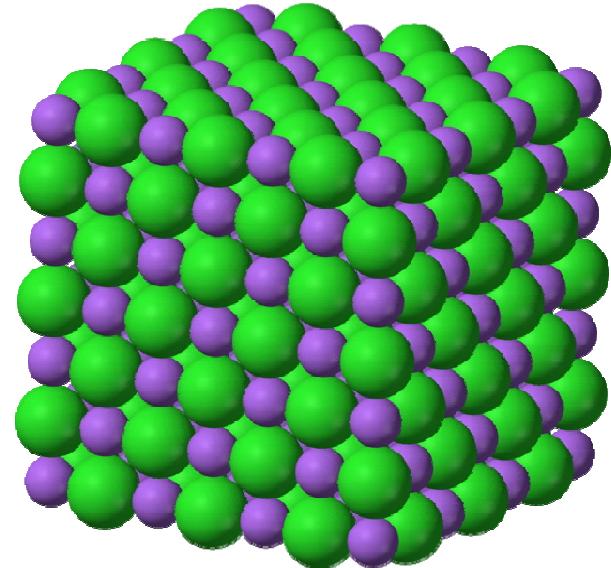
Red de inteligencia e innovación turística:

Diseño de un sistema en red de trasmisión del conocimiento turístico generado por las inteligencia diferentes administraciones públicas, las empresas, las asociaciones empresariales, los centros de investigación y universidades, a través de la creación de un portal de gestión de la inteligencia turística y creando un entorno de colaboración. La generación de conocimiento turístico será efectiva en la medida que se consiga la participación del máximo número de representantes de las diferentes disciplinas, sectores y territorios implicados.

Con el claro objetivo de fomentar la capacidad de innovar y de diseñar nuevos modelos de prestación de servicios y de toma de decisiones a través del conocimiento.



Homogenizar la “imagen de marca” de España, así como el nivel de servicio prestado, contribuir a un mayor conocimiento de los mercados y clientes, o la integración de los diferentes sistemas de información en una única base de datos son algunos de los objetivos del proyecto.



Plataforma de Comercialización (segittureserve)

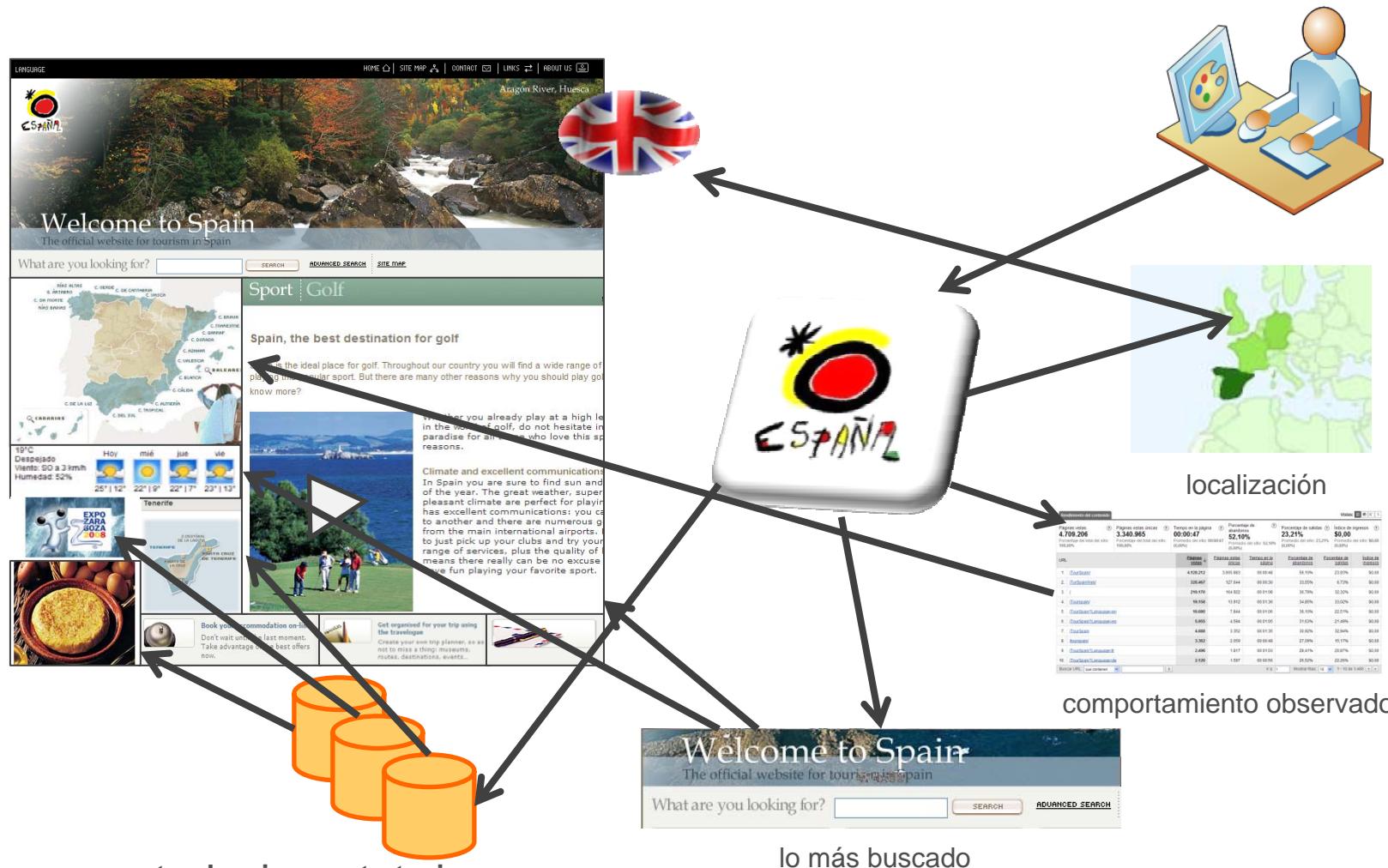
Es una herramienta tecnológica destinada a la gestión integral de reservas turísticas multiproducto, donde todos los agentes del sector adheridos al sistema puedan manejar su inventario a través de Internet y ofrecerlo a todos los operadores turísticos y clientes finales.

Público Objetivo: Todo proveedor o intermediario de servicios o productos turísticos, teniendo especial consideración hacia aquellos que, por su tamaño, no puedan desarrollar sus propias herramientas tecnológicas de comercialización.

Ventajas: reservas online, multiproducto, sistema único, parametizable e Integrable.

Objetivo: Poner a disposición del sector turístico una herramienta que facilite la comercialización a través de las nuevas tecnologías.

Versión 2 Portal Oficial de Turismo de España



Eureka Tourism

Es una iniciativa internacional dedicada impulsar proyectos tecnológicos dentro del sector turístico. España ostenta la presidencia y secretariado.

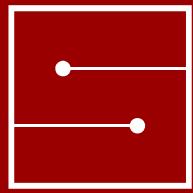


Agrupaciones Empresariales Innovadoras:

Subprograma Avanza Formación para profesionales del sector turístico

**“Viendo lo que todo el mundo ve,
leyendo lo que todo el mundo lee,
oyendo lo que todo el mundo oye,
innovar es realizar lo que nadie ha imaginado todavía. ”**





SEGITTUR
turismo e innovación