

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

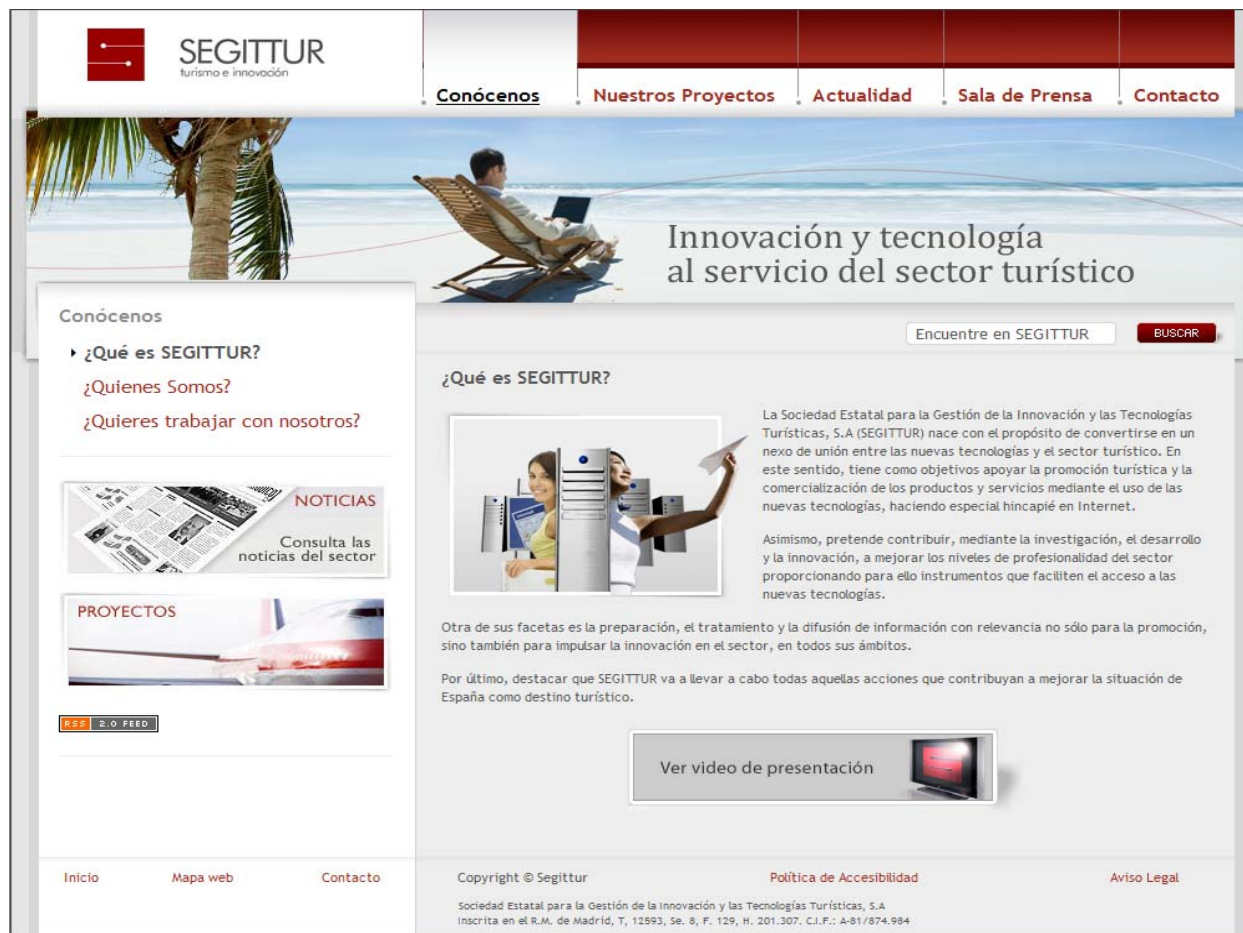
Noviembre 2008



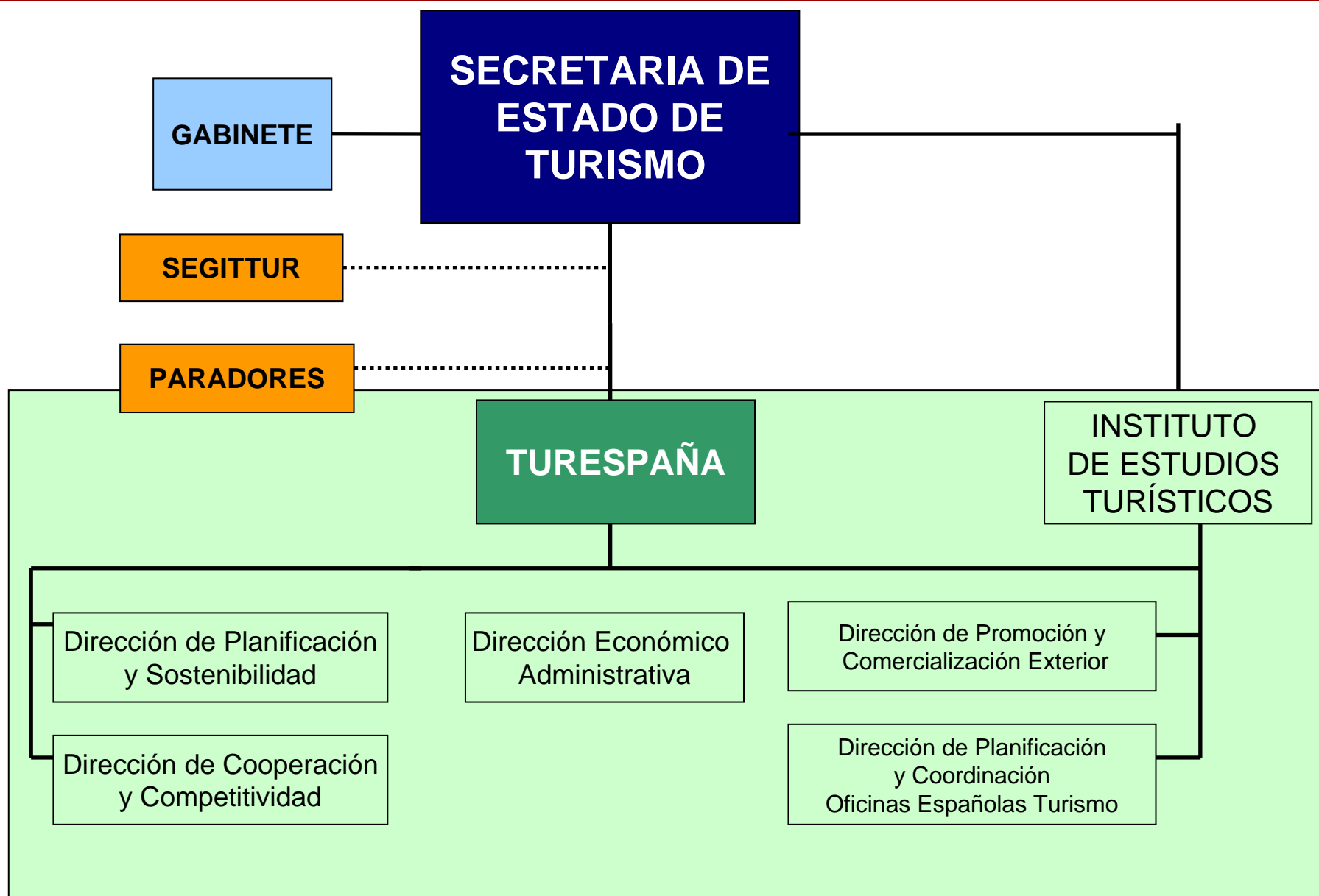
01

¿Quiénes somos?

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



The screenshot shows the SEGITTUR website with a red header. The main navigation bar includes links: Conócenos, Nuestros Proyectos, Actualidad, Sala de Prensa, and Contacto. The main banner features a person on a beach with a laptop, with the text "Innovación y tecnología al servicio del sector turístico". Below the banner, there is a search bar with "Encuentre en SEGITTUR" and a "BUSCAR" button. The left sidebar contains a "Conócenos" section with links: "¿Qué es SEGITTUR?", "¿Quiénes Somos?", and "¿Quieres trabajar con nosotros?". Below this are sections for "NOTICIAS" (with a newspaper image and "Consulta las noticias del sector") and "PROYECTOS" (with a train image). The main content area has a "¿Qué es SEGITTUR?" section with an image of two people and a text block describing the organization's mission. It also includes a "Ver video de presentación" button with a video player icon. The footer contains links for "Inicio", "Mapa web", and "Contacto", along with copyright information and legal notices.



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”

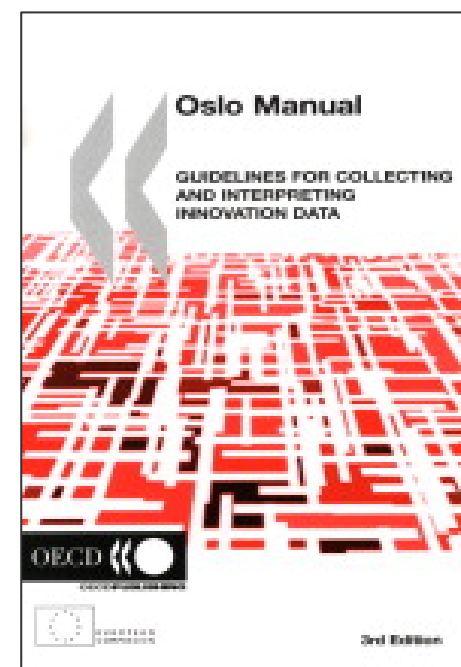
“La capacidad de innovación es
posiblemente el factor de
competitividad más importante para
una empresa”

INNOVACIÓN
TODOS CAMBIOS BASADOS 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, 3ª Edición,
(Jul.2005)*



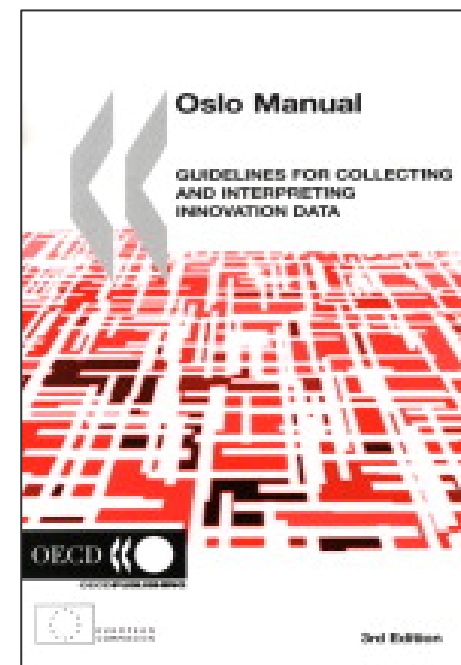
TIPOS DE INNOVACIÓN

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

Superviviencia 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

Desarrollo de los medios de transporte:
aéreo, carretera y marítimo

Movimientos de información
instantáneos

Movimientos de
capitales instantáneos

Liberalización del comercio internacional

Desarrollo de compañías
transnacionales

Desarrollo de las
telecomunicaciones

Desarrollo de una conciencia global: cambio
climático, seguridad, terrorismo, pobreza....

GLOBALIZACIÓN

Desarrollo

Aviación
capacidad



GLOBALIZACIÓN

Des

A
C

T
C



GLOBALIZACIÓN

Desarroll
aé

Avione

C

T

g

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



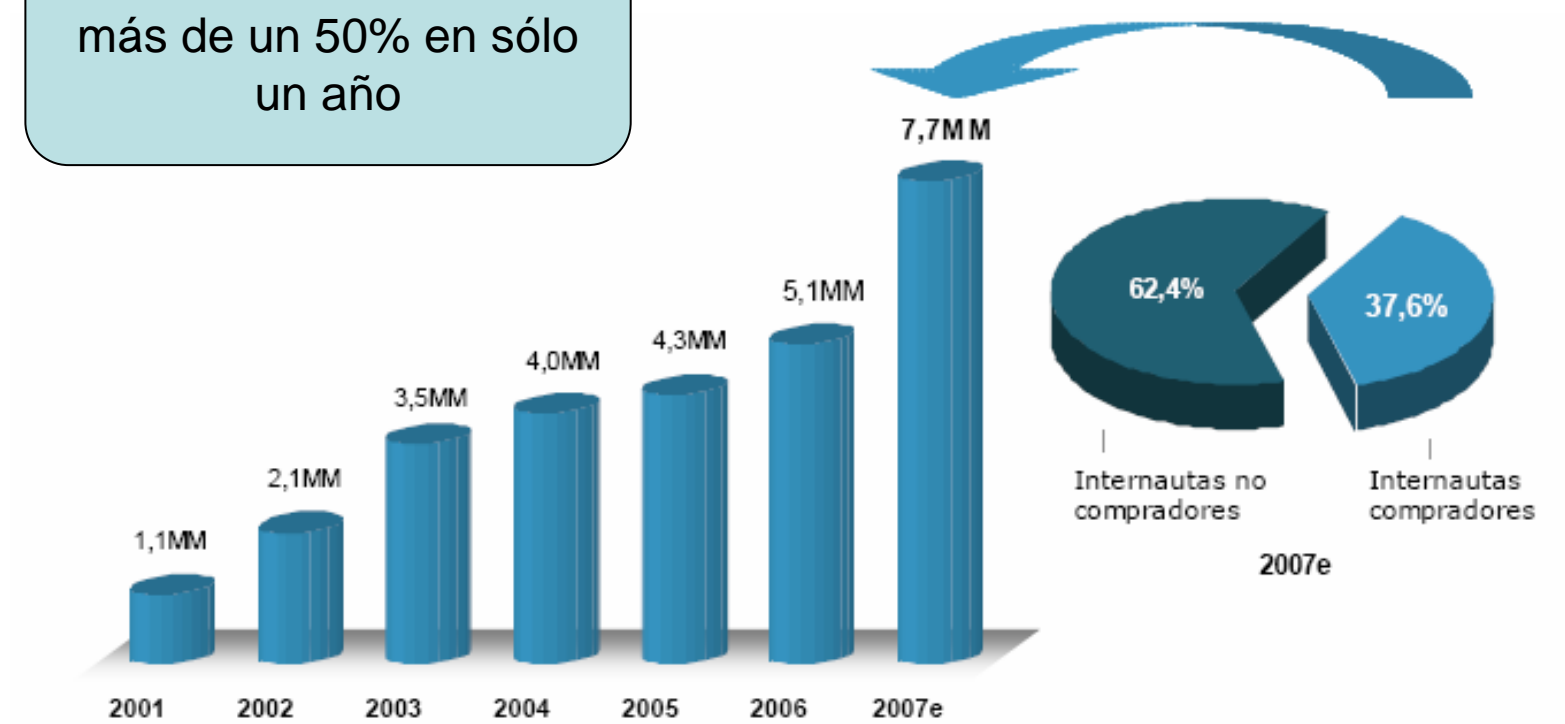
GLOBALIZACIÓN

WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS						
World Regions	Population	Population	Internet Usage,	% Population	Usage % of World	Usage Growth 2000-2007
Africa					3.4 %	882.7 %
Asia					38.7 %	346.6 %
Europe					26.4 %	231.2 %
Middle East					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

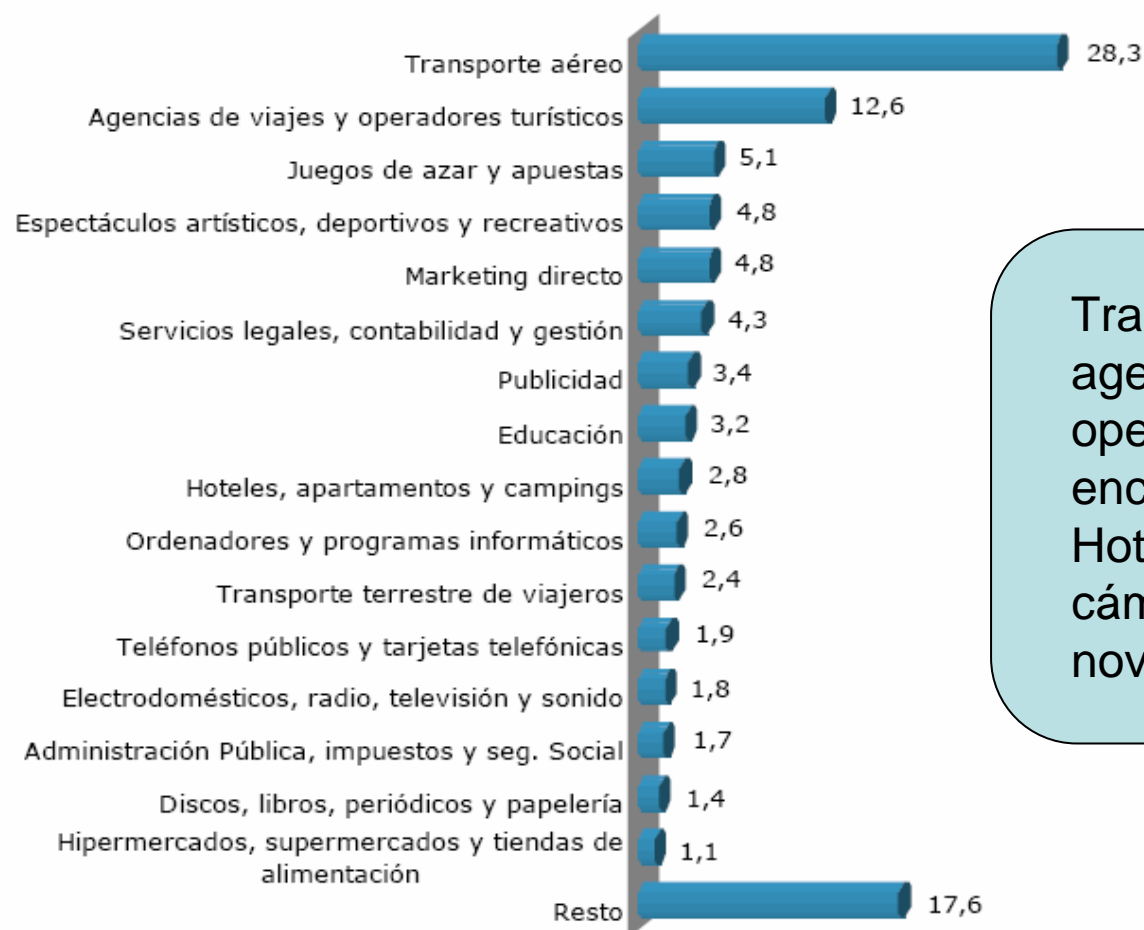
La cifra ha aumentado
más de un 50% en sólo
un año



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

GLOBALIZACIÓN

Movimientos de capitales instantáneos

Liberalización del comercio internacional

Eliminación de barreras

Desarrollo de compañías transnacionales

Internacionalización de Grandes Cadenas Hoteleras,
Consolidación de Compañías Aéreas, Agregadores, etc.



34 países



20 países

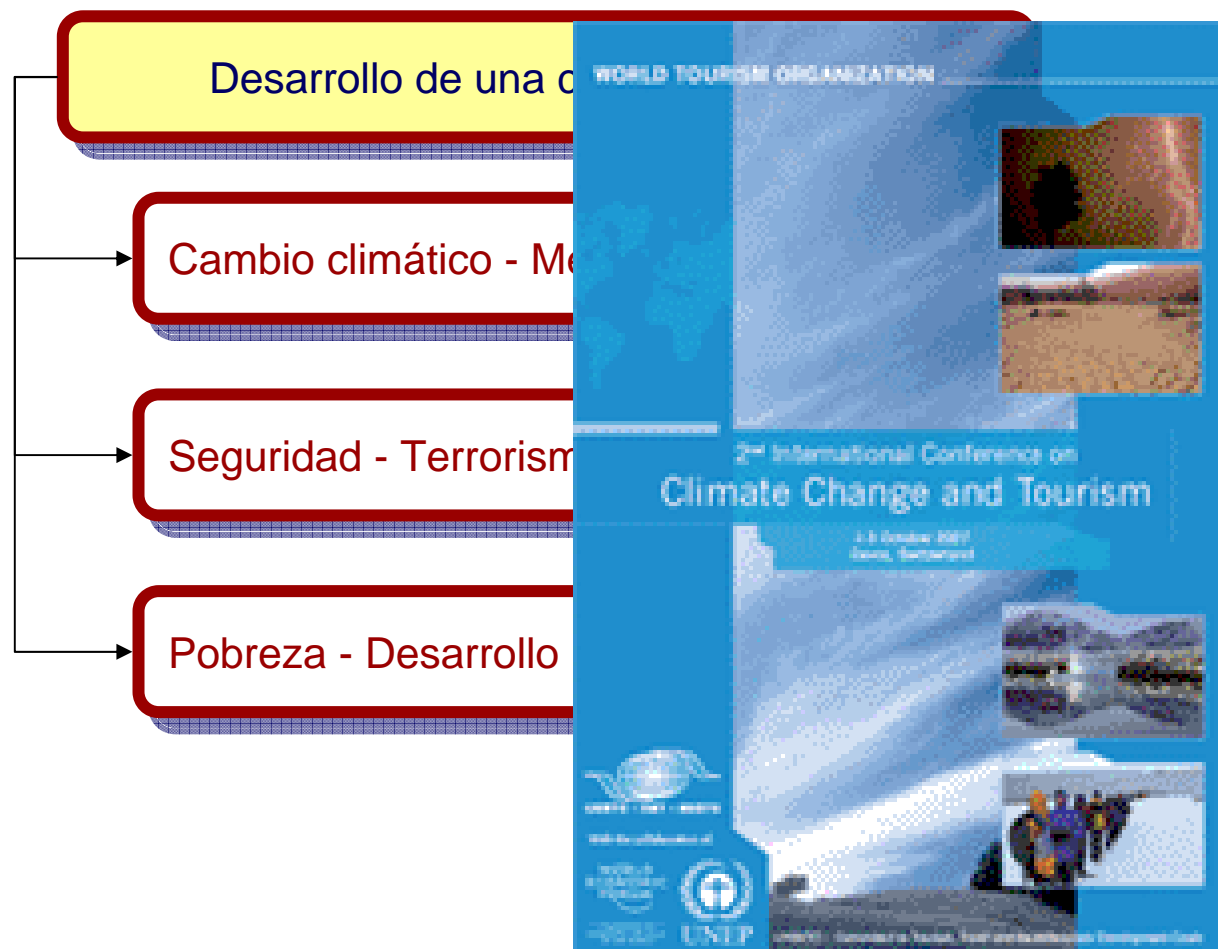


13 países



17 países

GLOBALIZACIÓN



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

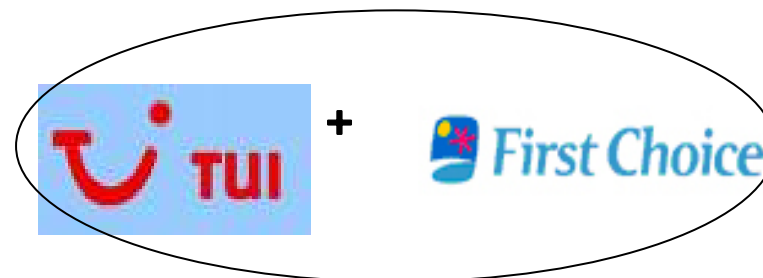
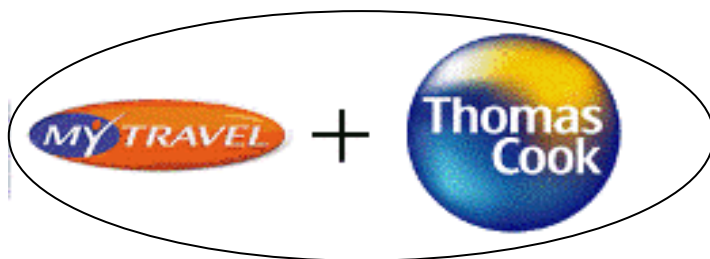
El proceso de crear en el producto o servicio prestado cualidades percibidas como únicas.

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 TAP Air Portugal (TP)	swiss Swiss International AirLines (LX)
SOUTH AFRICAN AIRWAYS South African Airways (SA)		



COMPETENCIA

Competencia en precio

Compañías de bajo coste



EL CONSUMIDOR: MOTOR DE LA INNOVACIÓN



CONSUMIDORES



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)

INNOVACIONES 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://insidetrip.com/

Google

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

Google insidetrip.com Ir Marcadores 157 bloqueados Corrector ortográfico Enviar a insidetrip.com Configuración

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.

☒ Roundtrip ☐ One way

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

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

Depart **Time**
mm/dd/yyyy Anytime

Return **Time**
mm/dd/yyyy Anytime

Travelers **Cabin**
1 Economy

Search Flights

Price	SEA	EWR	EWR	SEA	Speed	Comfort	Ease	Overall TripQuality
\$386 buy now	12:43p	12:58a	3:40p	11:55p	Speed	Comfort	Ease	62
AirTran Airways		Duration = 9h 13m		Duration = 9h 15m				
Details		TripQuality = 61		TripQuality = 63				
\$395 buy now	4:10p	12:11a	8:00a	11:02a	Speed	Comfort	Ease	88
Continental Airlines		Duration = 5h 1m		Duration = 6h 2m				
Details		TripQuality = 86		TripQuality = 89				

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

ions | Privacy Policy | Contact Us

Internet 100%

E5 Escritorio

nero @SEARCH

Norton

20:10

TripIt | Organize your travel - Windows Internet Explorer

http://www.tripit.com/

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

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

TripIt | 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

TripIt is a personal travel assistant that automatically organizes all your travel plans. TripIt 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**

Inicio SEGITTUR Carlos R... Microsoft PowerPoi... TripIt | Organize yo... Documento1 - Mic... ES Escritorio nero @SEARCH Norton 20:22

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

http://www.tvtrip.es/

Google

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

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

Guía de hoteles en vídeo en todo el mundo. Reserve ...

Acceder | Regístrese | Mis viajes

TVtrip
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**

Seleccionar un destino en el mapa

7797 destinos, 33371 hoteles, 1156692 comentarios, 8624 vídeos




Principales ciudades

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

El vídeo del día:

Hotel Sezz - París ★★★★★



Internet 100%

Inicio SEGITTUR Carlos R... Microsoft PowerPoi... Guía de hoteles en ... Documento1 - Micr... ES Escritorio nero @BEPACH Norton 20:24

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

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

Google

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

Google G ubid4rooms Ir Marcadores 157 bloqueados Corrector ortográfico Enviar a ubid4rooms Configuración

Bid on hotel accommodation now: Ubid4rooms.com

Home

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."

MORE

How Bidding Works

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

MORE

Listo

Inicio SEGITTUR Carlos R... Microsoft PowerPoi... Bid on hotel accom... Documento1 - Mic... ES Escritorio

Internet 100%

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

Fundación
Orange

Concepto y realización

Internality

PRIMERTRIMESTRE 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 posibilitan 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 Extensible 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 Extensible) – Metalinguaje 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

TravBuddy is an online community for meeting travelers and sharing travel reviews, photos and blogs **Sign Up!**

Get honest hotel advice, find the best hotel rates

City:

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

Compare 30+ hotel sites

Thousands of honest hotel reviews from real travelers!

World travel guide

North America | Europe | Asia | Middle East | Africa | South America | Australia & Oceania | Antarctica

Already a TravBuddy member?

Username: Password:

[forgot your password?](#)

☐ Remember my username **Register** **Login**

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 wurttemberg, germany. i stayed in my step-cousin's room -...

posted by: **lauro**

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**

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**

Puerto Natales and Navimag Cruise
★ travel blog from Puerto Natales, Chile

posted by: **[User]**

- Mezcla de Google Maps, Google Eart, 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

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

Consejo para todos sus viajes

[Iniciar sesión](#) [¡Regístrate!](#)

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

Buscar: [IR](#)

¡Planifica tu viaje!

Hoteles **Vuelos** **Críticas**

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

Ciudad

Entrada
30 nov

Salida
2 dic

Nivel de precios
Cualquier precio

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

1 2 3 4 5 **1.0**

"...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

1 2 3 4 5 **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 magnífica...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](#)

Consigue rápidamente consejos de tus amigos sobre viajes.

[¡CONSIGUE CONSEJOS AHORA!](#)

Los 10 primeros: Rincones inolvidables

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

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.



UN NUEVO SERVICIO EN HOTELES

HOMESWOOD SUITES
Hilton

Sign in Username or HHonors ID Password or PIN
[Register](#) [Forgot password?](#) [Remember Me](#)

[Customer Support](#)
1-800-CALL-HOMES

A proud member of
The Hilton Family
be hospitable™

[Specials & Packages](#) [Reservations](#) [Groups & Meetings](#) [Hilton HHonors](#) [Things to Do](#) [eDirectory](#) [My Favorite Hotels](#)

Select your room

2nd Floor

Pool

Hotel Parking

Sport Court

ELEVATOR
ICE MACHINE
STAIRS

Check-In
Lodge

Your Current Room: Room #204

If you are happy with this room and it's location, you may confirm your e-Checkin now.

[Continue with e-Checkin](#)

- OR -

[Hide Other Available Rooms](#)

Room 218 Status: Available
[Change to this room now](#)

Match your room selection to the left. Select a room selection.

12 rooms on higher

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

Homewood Suites Privacy Policy/Your California Privacy Rights Site Usage Agreement Customer Support

Search

©2006 Hilton Hospitality, Inc.

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

Turismo2020
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.

Sociedad Estatal para el Fomento de la Innovación y los Emprendedores
5. Impulsar un nuevo **liderazgo compartido** del sistema turístico.



Algunas de las iniciativas emprendidas....

La Red de Conocimiento e Innovación Turística de España



GENERAR CONOCIMIENTO

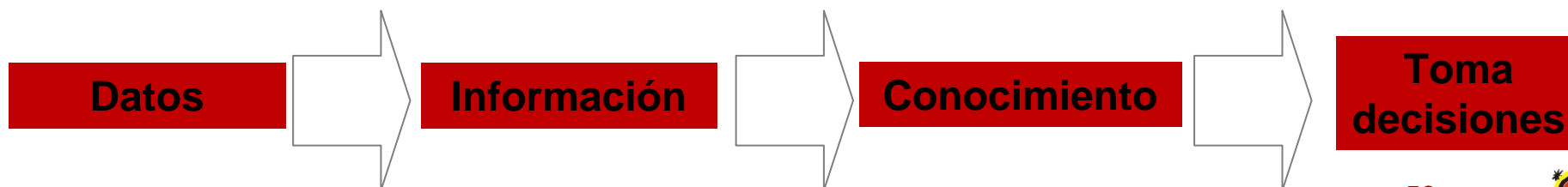
Útil

Accesible

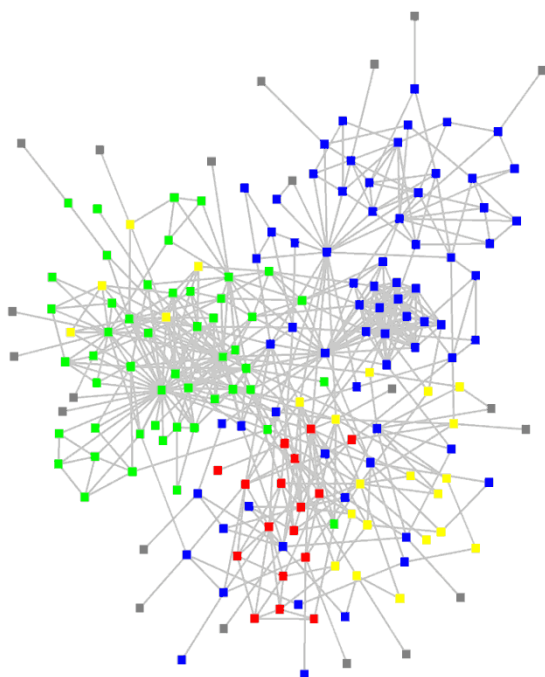
Fiable

De referencia

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

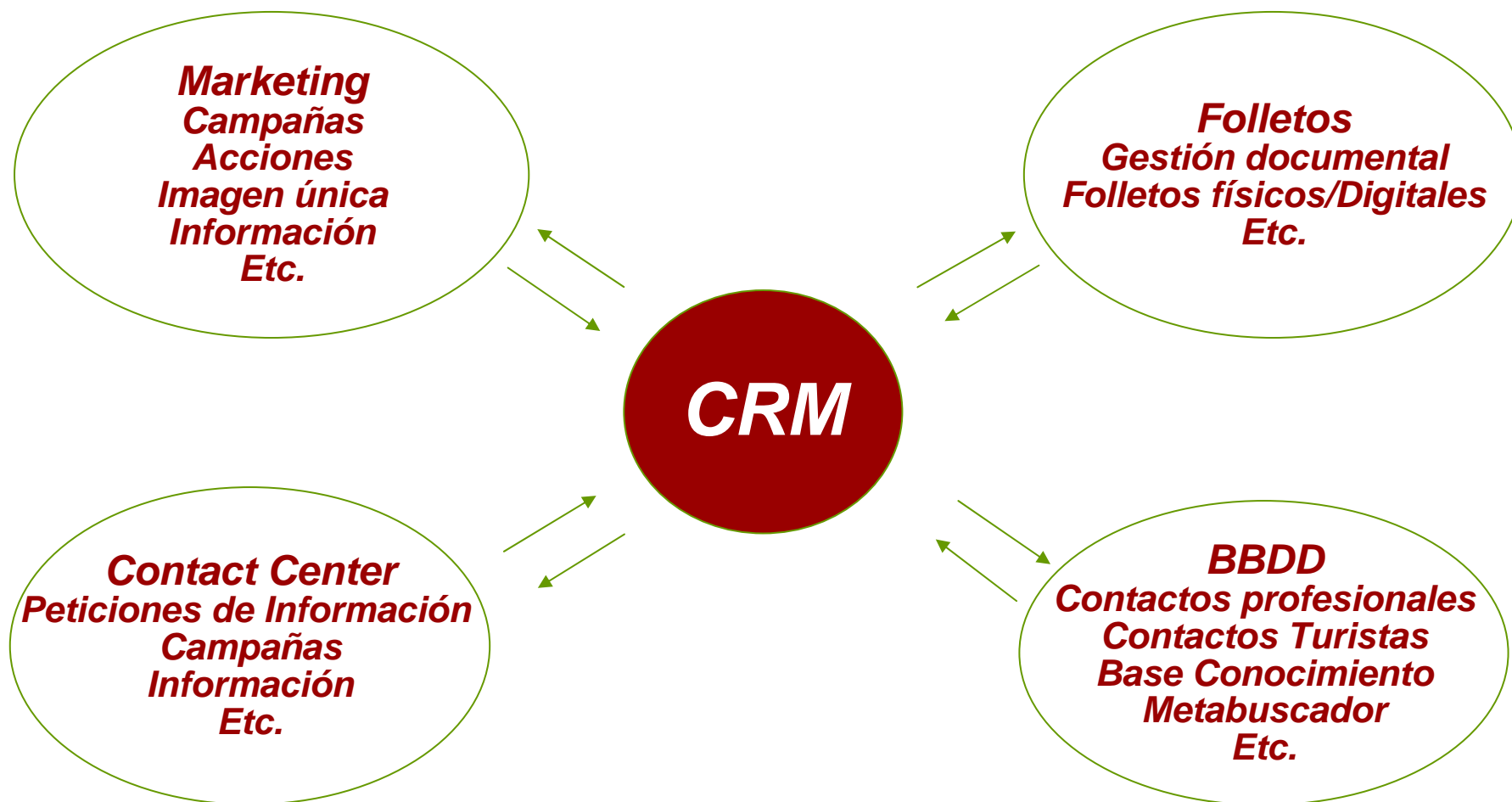


Red de inteligencia e innovación turística:

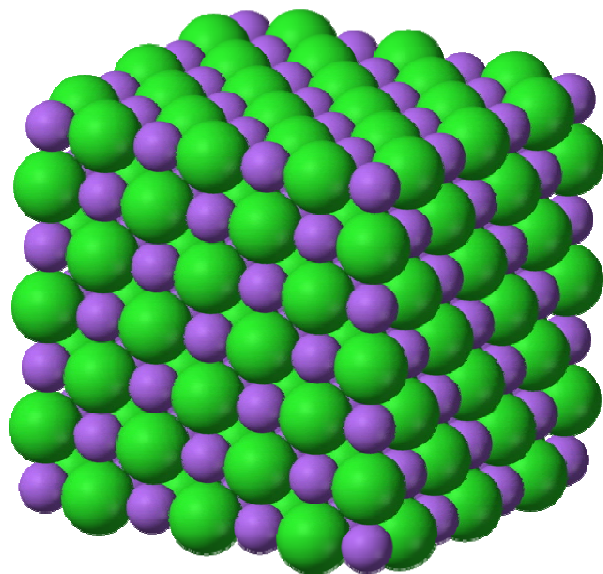


Diseño de un sistema en red de transmisión del conocimiento turístico generado por las inteligencia diferentes administraciones públicas, las empresas, las asociaciones empresariales, los centros de investigación y universidades, a través de la creación de un portal de gestión de la inteligencia turística 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)

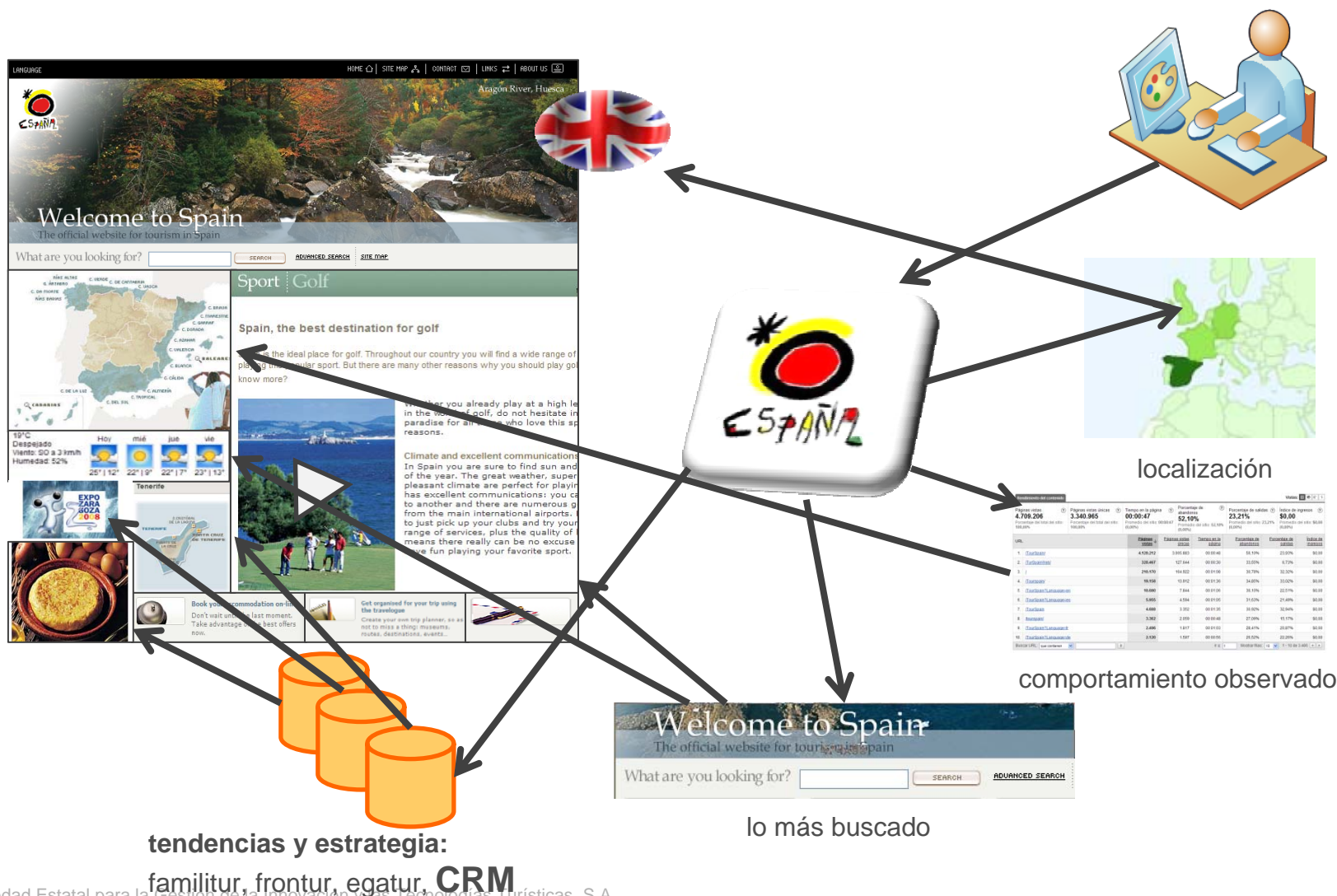
Es una herramienta tecnológica destinada a la gestión integral de reservas turísticas multiproducto, donde todos los agentes del sector adheridos al sistema puedan manejar su inventario a través de Internet y ofrecerlo a todos los operadores turísticos y clientes finales.

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, parametrizable 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.

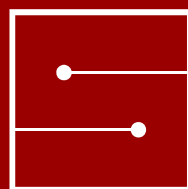


Agrupaciones Empresariales Innovadoras:

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