



globaldit & idt

BOOK 2020

2020 marca el inicio de la tercera década del siglo XXI. Un momento tan interesante como incierto, en el que confluyen múltiples fuerzas que van a dar forma a los próximos años, y que –como no puede ser de otra manera- influirán en la evolución de la actividad turística.

La tecnología continuará empujando el desarrollo económico y social, y surgirán nuevas aplicaciones prácticas, nuevos modelos de negocio y también nuevas cuestiones éticas que deberemos abordar dentro y fuera del turismo. Porque en una economía y una sociedad digitales, las disrupciones son profundas, y superan la visión sectorial de cualquier actividad.


Asimismo, la sostenibilidad está por fin ocupando el lugar que se merece en las políticas públicas y en los planes de negocio de las empresas. El ecosistema turístico debe comprometerse a promover comportamientos responsables y convertir la actividad en un motor de conservación y de prosperidad ahí donde sucede.

En este contexto, durante 2020 en globaldit vamos a enfocar nuestro trabajo en:

- Aumentar el impacto de los proyectos públicos en turismo para acelerar la evolución hacia modelos de crecimiento sostenido y sostenible.
- Comprometer a los líderes públicos con las políticas de vanguardia que una industria estratégica para los países necesita.
- Apoyar iniciativas de gran calado capaces de instrumentar el turismo a favor de la prosperidad social y económica de los territorios.
- Insistir en la necesidad de estrechar la colaboración público-privada, impulsando la innovación y la sostenibilidad desde dentro y fuera del ecosistema turístico.

Un año más, agradecemos a nuestros clientes la confianza que depositan en nosotros, y también damos las gracias de antemano a quienes en 2020 nos darán la oportunidad de colaborar. Esperamos que este Book 2020 les sirva a todos de inspiración.

Muchas gracias por contar con globaldit.



**D**esarrollamos políticas públicas y estrategias tecnológicas para impulsar la transformación smart de destinos o empresas turísticas y el crecimiento sostenible.

Con Estrategia 2030 ayudamos a los destinos a adoptar modelos de turismo sostenible que contribuyen a los ODS de la Agenda 2030. Lanzamos iniciativas innovadoras para mover al sector hacia la competitividad y la sostenibilidad y fortalecer las cadenas de valor locales, concienciando a las personas para hacer del turismo una fuerza de cambio social que ayude a construir ese mundo más sostenible e inclusivo que todos deseamos.

Facilitamos la transformación digital de destinos y empresas y su incorporación a la economía de datos. Ayudamos a los destinos a planificar y gestionar su evolución hacia modelos inteligentes, desarrollamos herramientas digitales para la gestión turística local y para optimizar su presencia online incorporando los preceptos de la Web semántica. Sumamos a las PYMEs turísticas a la capa digital del destino y diseñamos políticas públicas a favor de la digitalización del sector turismo.

# ÍNDICE

## ESTRATEGIA 2030

PÁG. 6

## TRANSFORMACIÓN DIGITAL

PÁG. 22

## #GAMECHANGERS

PÁG. 38

# ESTRATEGIA 2030



Políticas de vanguardia para un nuevo turismo más sostenible e inclusivo.

Países, regiones, ciudades y destinos.

- 01 - Destinos 2030. Pág. 8
- 02 - ODS/Agenda 2030 en turismo. Pág. 10
- 03 - Clubes de producto. Pág. 12
- 04 - Destino hospitalario. Pág. 14
- 05 - Marketplaces artesanías. Pág. 16
- 06 - Cocineras tradicionales. Pág. 18

# 01

## DESTINOS 2030

### INNOVACIÓN SOCIAL PARA UN TURISMO MÁS SOSTENIBLE E INCLUSIVO

La capacidad del turismo de generar desarrollo económico está sobradamente demostrada. Para que el desarrollo turístico sea sostenible e inclusivo es necesario un nuevo enfoque en la manera de operar y en el escenario de interrelaciones de los destinos. La sostenibilidad, tal y como está plasmada en la Agenda 2030 y sus 17 ODS, no se produce con intervenciones cosméticas y aisladas, sino instalando una nueva manera de actuar que incorpore los componentes sociales, económicos y ambientales a la acción a favor del crecimiento turístico desde la perspectiva de la creación de valor compartido entre las empresas y la sociedad. **Destinos 2030 implanta nuevas dinámicas en los destinos para su evolución hacia modelos sostenibles e inclusivos, con la participación de sector público, empresas y sociedad receptora.**

- Plan de turismo sostenible de Altea 2030
- Tarhiata 2021, estrategia de turismo sostenible para el estado de Michoacán, México.
- Plan de Turismo Español Horizonte 2020.

*Como miembros afiliados de la Organización Mundial del Turismo (UNWTO) hemos desarrollado el Modelo de Destino Turístico Inclusivo recogido en el Global Report: Turismo Inclusivo distribuido a todos los países miembros de Naciones Unidas.*

### ¿QUÉ ES UN DESTINO 2030?

Un destino 2030 es un destino que ofrece una experiencia turística basada en atributos propios y diferenciados, transforma la industria aumentando su capacidad competitiva, protege el patrimonio natural y cultural del destino, crea trabajo decente y promueve la igualdad de oportunidades de todas las personas -especialmente los colectivos vulnerables- para incorporarse y beneficiarse de la actividad turística; todo ello bajo una planeación basada en la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

### UN MÉTODO TESTADO

Destinos 2030 alinea la política turística con los ODS. El éxito del programa reside en:

- Una fórmula de intervención pública, práctica y realista en colaboración con la IP y la sociedad.
- Un modelo adaptable, modular y escalable, aplicable en diferentes tipologías de destinos.
- Un acervo metodológico propio y adaptable que incluye instrumentos, tecnologías, un sistema de transferencia y un sistema de medición que garantiza el éxito.

## SERVICIOS

### INSTRUMENTOS DE GOBERNANZA

Capacidades humanas y tecnológicas al servicio de las agendas de operación, financiación y confianza hacia el proceso.

### INSTRUMENTOS DE COMPETITIVIDAD

Impulso al crecimiento del destino, renovando su capacidad competitiva para incrementar su capacidad inclusiva y sostenibilidad.

### INSTRUMENTOS DE SOSTENIBILIDAD

Trabajo sobre personas y cadena de valor para impulsar una actividad turística más sostenible y respetuosa con el medio e inclusiva con las personas.

### INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN

Cuadro de mando para constatar resultados, generar información para el escalado y replicado del programa.



# 02

## ODS/AGENDA 2030 EN TURISMO

### CONCIENCIAR. CONTRIBUIR. MEDIR. COMUNICAR.

La gestión local es la más cercana a los ciudadanos, al sector empresarial y al territorio. En palabras de la FEMP, los municipios son agentes del cambio en la implantación de los 17 ODS de la Agenda 2030 y las 169 metas que los aterrizan. Los destinos, el lugar donde sucede el hecho turístico, son responsables de impulsar e implantar la planeación turística de sus territorios, y de gestionar la actividad turística dentro del marco de competencias municipal. Ayudamos a municipios y comunidades autónomas a conocer y comprender el alcance de su potencial de contribución a la agenda global y dotarse de capacidades para abordar su transformación y medir el impacto. Desarrollamos **herramientas para destinos turísticos que les permiten impulsar su contribución a los ODS y la de su sector turístico desde sus planos de competencia:** el desarrollo turístico, la protección de su entorno y su patrimonio, las personas (turistas, empresarios, ciudadanos, trabajadores) y la gobernanza turística.

- 100 Recomendaciones ODS para los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana
- Global Report : Turismo inclusivo para la Organización Mundial del Turismo
- Informe de contribución de las acciones de Red.es a los ODS
- Retos para la construcción de un modelo urbano europeo. Informe de alineación con los ODS para Minsait.
- Informe ejecutivo sobre la contribución de las acciones de Red.es a los ODS
- Informe ejecutivo sobre el impacto de los ODS en los retos de las Smart Cities.

### LOCALIZANDO LOS ODS

- Naciones Unidas instrumenta la participación de los municipios y regiones a través del Grupo de Trabajo Global de Gobiernos Locales y Regionales.
- En la plataforma Localizando los ODS se trabaja para proporcionar herramientas y pautas para impulsar la contribución de las administraciones locales a los ODS. En esta plataforma participan PNUD, ONU-Hábitat y el Grupo de Trabajo Global de Gobiernos Locales y Regionales.
- globaldit ha desarrollado para la Comunitat Valenciana el primer Manual de recomendaciones ODS para destinos turísticos.

### ASPECTOS CLAVE

- Los ODS deben ocupar su lugar en la planificación turística, la gestión, la contratación y los presupuestos municipales.
- La explotación turística del patrimonio natural y cultural debe generar recursos para su conservación.
- El turismo debe ser una actividad económica que genere prosperidad y bienestar, fortaleciendo las cadenas de valor de proximidad.
- Las PYMEs turísticas son un elemento clave en la consecución de los ODS por su capacidad de creación de riqueza y empleo decente, igualitario e inclusivo.

## SERVICIOS

### MANUALES Y GUÍAS PRÁCTICAS

Desarrollo de herramientas dirigidas a administración local y empresas para aumentar y cuantificar su contribución a los ODS

### ACCIONES DE SENSIBILIZACIÓN

Campañas dirigidas a sector empresarial, ciudadanía y turistas para divulgar los ODS.

### GOBERNANZA COLABORATIVA

Sesiones de trabajo dentro del equipo de gobierno local, fomentando colaboración entre concejalías para la contribución a los ODS.

### INFORMES Y DIVULGACIÓN

Informes y divulgación: Informes sobre la contribución a los ODS de las políticas públicas de CCAA, municipios y organizaciones. Herramientas de divulgación (Web, print).

# 03

## CLUBES DE PRODUCTO

### POSICIONAMIENTO Y EFECTO DEMOSTRACIÓN

Los clubes de producto son programas de impulso de la oferta turística. Bajo una marca común se agrupan empresas con una propuesta de valor auténtica, de alto valor añadido y excelente servicio: los buques insignia del destino. Los clubes de producto contribuyen a **posicionar el destino frente a determinados segmentos, facilitan la llegada al mercado del clúster de empresas y generan un efecto demostración** que arrastra al conjunto del sector hacia modelos de negocio mejor alineados con las demandas del mercado.

- Club de alojamientos y restaurantes Tesoros de México
- Club de Calidad Cantabria Infinita
- Privilegespain, diseño de producto experiencial para Turespaña
- Blanc, marca de calidad para la Costa Blanca

*Metodología Club de Calidad inscrita con el número V-1293-08 en el Registro de la Propiedad Intelectual.*

### IMPULSO SECTORIAL

Los Clubes de Producto son programas de impulso sectorial liderados generalmente por la administración pública y dirigidos a las PYMEs del sector turístico.

Estos programas, diseñados a medida de cada destino, permiten crear clústers de PYMES turísticas competitivas, elevar y mantener sus niveles de calidad, mejorar la cualificación de los recursos humanos, fomentar el trabajo en red y poner en marcha políticas de marca y venta exitosas.

### 10 CLUBES EN 3 PAÍSES

- Nuestro método ha permitido la creación de 10 Clubes de Producto en España, México y Colombia, incluyendo el Club de Calidad Cantabria Infinita y Tesoros de México, entre otros.
- Modelo de trabajo testado, adaptable y escalable a cualquier destino y producto.
- Actualización de los negocios turísticos con formación y asistencia técnica a empresarios, eleva la competitividad de los negocios y permite más eficiencia en la gestión y promoción
- Potente efecto demostración del Club sobre el sector.

### SERVICIOS

#### DISEÑO DEL CLUB Y ADHESIÓN

Conceptualización de negocios y valores. Proceso de adhesión: barreras de entrada y selección de establecimientos.

#### MARCA Y COMUNICACIÓN

Branding del Club, desarrollo de soportes promocionales: folletos y guías de prestigio. Portal web y app del Club.

#### FORMACIÓN Y ASEGURAMIENTO

Plan formativo a medida, asistencia técnica continua y personalizada, y evaluación.

#### PLATAFORMA CLUB DE PRODUCTO

Plataforma tecnológica de gestión del programa. CMS semántico. Integración con destino y centrales de reservas.

# 04

## DESTINO HOSPITALARIO

### GENERANDO ACTITUDES POSITIVAS HACIA EL TURISMO EN LA CIUDADANÍA Y LOS PRESTADORES DE SERVICIOS.

Los destinos y empresas turísticas se enfrentan hoy a un turista que posee una amplia experiencia viajera, por lo que sus expectativas con respecto a cualquier servicio son elevadas. Por otro lado, el crecimiento turístico de algunos destinos está afectando a la armonía entre ciudadanos y visitantes. Frente a estas dos situaciones las campañas de hospitalidad en los destinos son un magnífico instrumento para mejorar los niveles de servicio y para promover la empatía entre ciudadanos y turistas, convirtiéndose en una ventaja competitiva del destino. Porque, en cualquier proceso de evolución, la parte más compleja es siempre el cambio de mentalidad.

El programa Destino Hospitalario ayuda a **construir una cultura de servicio entre los trabajadores del sector y una actitud positiva del ciudadano hacia el turismo** (turismofilia). Los resultados son una experiencia del visitante mejorada, una marca destino enriquecida con valores como la amabilidad, la inclusión, la autenticidad o la profesionalidad y una ciudadanía en armonía con el crecimiento turístico.

- Más de 5.000 personas en 60 municipios han participado en las acciones de sensibilización y divulgación del programa Hospitalidad Mediterránea, de Turisme Comunitat Valenciana
- 2.370 personas se han formado en valores de anfitrión en el programa Hospitalidad michoacana en México.

### LOS COLECTIVOS

El programa de Destino Hospitalario está dirigido a cuatro colectivos:

- Profesionales del sector turístico, tanto gerentes como personal frontera de establecimientos turísticos.
- Profesionales de sectores vinculados como el transporte, y la seguridad.
- Técnicos de turismo, estudiantes y docentes.
- Colectivos ciudadanos.

### LOS VALORES

El programa Destino Hospitalario incorpora la ética, la responsabilidad y la sostenibilidad a la gestión e identidad del destino, reforzando la identidad local y el sentido de pertenencia. El programa inculca a los prestadores de servicios turísticos una cultura de atención al cliente basada en el detalle, la autenticidad, la innovación, o la sostenibilidad.

La campaña de comunicación y la organización de foros y eventos contribuye a informar a la población residente sobre las bondades del crecimiento turístico y a gestionar las percepciones sobre la actividad, ofreciendo espacios de reflexión, debate y comunicación.

## SERVICIOS

### CÓDIGO DE HOSPITALIDAD

Definición de los valores y atributos propios del destino sobre los que se apoya el programa Destino Hospitalario.

### CAPACITACIÓN CULTURA DE SERVICIO

Plan formativo dirigido a profesionales del sector con adaptación a las diferentes tipologías de servicios

### PLAN DE SENSIBILIZACIÓN

Mesas redondas, conferencias y debates dirigidos a profesionales, responsables públicos y colectivos sociales,

### CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

Marca del programa, campañas de publicidad, e implicación de prescriptores de la marca turística.





# 05

## MARKETPLACE DE ARTESANÍAS

### PLATAFORMA DE COMERCIO JUSTO PARA LA PROTECCIÓN, PROMOCIÓN Y VENTA DE LA ARTESANÍA LOCAL

Las artesanías y los productos típicos locales son manifestaciones de la cultura y las formas de vida tradicionales. Su protección y fomento son una obligación para organismos públicos o privados. Al mismo tiempo los destinos precisan ofrecer al mercado atractivos que los identifiquen y diferencien en un mercado cada vez más homogéneo. Por esos dos valores hemos creado el marketplace de artesanías: **una plataforma de comercio online que crea un punto de encuentro entre el gran mercado y los productores**, abre el canal online de venta, genera oportunidades de negocio, potencia la marca del destino y mejora la eficiencia de la labor de los organismos gestores.

El marketplace contribuye a valorizar las artesanías como manifestación cultural, y ofrece información sobre las ramas artesanales y técnicas utilizadas, las etnias en su caso y también los maestros artesanos, invitando al comprador a aprender y entablar una conexión emocional con cada pieza.

- Marketplace de la Casa de Artesanías de Michoacán.
- Marketplace de artesanías del estado de Puebla, México.
- Marketplace de Mezcal de Oaxaca, México.
- Marketplace de artesanías del estado de Oaxaca, México.

### LA ENTRADA A LA ECONOMÍA DIGITAL

El marketplace de artesanías resuelve las barreras de entrada a la economía digital con una acción vertical sobre el colectivo de artesanos. El marketplace abre el canal de venta digital apoyándose en el organismo promotor de las artesanías del destino definiendo los procesos críticos de compraventa, envío y atención al cliente.



### GESTIÓN EFICIENTE E INCLUSIVA

En línea con los ODS a favor del desarrollo económico y la protección de la cultura local, el marketplace consigue:

- Más eficiencia en la promoción de las artesanías y divulgación y protección de las manifestaciones artísticas tradicionales.
- Aumentar las capacidades de gestión del ente promotor.
- Impulsar el desarrollo endógeno a través del comercio justo, abriendo nuevas oportunidades para los talleres.
- Segmentar las acciones hacia colectivos vulnerables, como mujeres o jóvenes, o a zonas con mayor pobreza.
- Ofrecer al comprador una garantía de autenticidad.

## SERVICIOS

### CATÁLOGOS DE PRODUCTO

Selección de ramas artesanales, talleres participantes y piezas. Descripción detallada y reportaje fotográfico.

### PLATAFORMA DE E-COMMERCE

Desarrollo de la plataforma tecnológica y posible integración del catálogo en macroplataformas como Amazon, Ebay o Etsy.

### PAGO SEGURO Y ENVÍOS

Integración de pasarelas de pago seguro con tarjeta de crédito y PayPal. Acuerdos con servicios de transporte/mensajería.

### CAPACITACIÓN DEL EQUIPO

Formación del equipo de la entidad promotora en gestión de inventarios, desarrollo de catálogos, logística, gestión de pagos y cobros, etc.

# 06

## GASTRONOMÍA TRADICIONAL

### NEGOCIOS RENTABLES PARA LA PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO GASTRONÓMICO

El programa de impulso a la gastronomía tradicional apoya a la **creación y consolidación de los pequeños negocios gastronómicos** con una propuesta de valor basada en la autenticidad. En ocasiones el patrimonio gastronómico de los destinos se atesora en manos de cocineras tradicionales que desconocen el funcionamiento de la actividad turística. El programa contribuye a hacer los negocios más rentables y competitivos, elevando los niveles de conocimiento en gestión del negocio, higiene alimentaria, políticas de precio y servicio al cliente. Todo ello dentro de un programa de política pública que desarrolla acciones de promoción, branding, digitalización, asistencia técnica y sistemas de gestión. Con el Programa de Gastronomía Tradicional se promueve la **conservación del patrimonio gastronómico, el desarrollo endógeno, el fortalecimiento de las cadenas de valor locales, el empoderamiento de las mujeres cocineras y el posicionamiento del destino.**

- Programa de cocineras tradicionales de Michoacán
- Análisis de la cadena de valor de proximidad del turismo gastronómico en San Cristóbal de las Casas y Uruapan (México) para el Banco Iberoamericano de Desarrollo.
- Plan de turismo gastronómico de Cantabria
- Ponentes en Foro OMT de Turismo Gastronómico Bangkok 2018
- Ponentes en II Gastroeconomy Summit Estambul 2019

### TECNOLOGÍA Y PERSONAS

Este programa implanta buenas prácticas en los negocios gastronómicos locales, y con formación en el acceso a financiación y nociones básicas de gestión. Asimismo se realiza la inclusión digital de los negocios con sitios web mobile y formación en habilidades tecnológicas.

El programa facilita la integración de la cocina tradicional a la dinámica turística impulsando negocios competitivos y acompañando a las cocineras en su adaptación al mercado. Asimismo, contribuye a los ODS en la protección de la cultura local y la igualdad de género.

Metodología para el empoderamiento de cocineras tradicionales con número V-1076-19 en el Registro de la Propiedad Intelectual.

### UN MODELO SOSTENIBLE

- Cohesión y sentimiento de pertenencia del colectivo de cocineros/as tradicionales.
- Negocios competitivos, Mejora de la calidad del servicio, con buenas prácticas, acciones de capacitación y asistencia técnica.
- Efecto demostración sobre el colectivo de empresas gastronómicas.
- Mejor acceso al mercado, con club de producto, campañas de promoción y eventos.
- Método replicable y escalable.

### SERVICIOS

#### PLAN DE ACCIÓN: CAPACITACIÓN, ASISTENCIA TÉCNICA Y COHESIÓN

Hoja de Ruta: Plan formativo a medida con buenas prácticas para empresarios y empleados. Asistencia técnica, financiación y apoyo a emprendimientos.

#### IDENTIDAD DIGITAL

Construcción de sitios web mobile para negocios gastronómicos con una plataforma de servicios compartidos.

#### CLUB DE PRODUCTO

Impulso al producto de gastronomía tradicional con el colectivo de empresas participantes.

#### LLEGADA A MERCADO

Portal de promoción de la gastronomía tradicional, campañas y eventos temáticos.

# TRANSFOR- MACIÓN DIGITAL

Para activar la evolución smart de los destinos de manera ordenada, eficiente y ágil. Destinos, PYMEs y políticas regionales y país.

07 - Destinos turísticos inteligentes. Pág. 22

08 - Servicios para entes gestores DTI. Pág. 24

09 - CMS y web semántica. Pág. 26

10 - Contenidos digitales. Pág. 28

11 - Pymes digitales. Pág. 30

12 - Emprendedoras digitales. Pág. 32

13 - Políticas públicas digitales. Pág. 34

14 - Habilitadores de política digital. Pág. 34



# 07

## DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

### ACTIVANDO LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

Los destinos deben reinventarse bajo el nuevo paradigma tecnológico, y se preguntan cómo abordar el proceso de transformación digital con garantías. No se trata de sumar grandes proyectos tecnológicos aislados, sino de tener un sistema ordenado para transformar el destino en un DTI. Nuestro programa de acción pública para DTI permite **activar la transformación de los destinos en destinos turísticos inteligentes de manera ordenada, eficiente y ágil, con resultados inmediatos**. Un programa que actúa sobre la gestión pública y el sector privado, capaz de gobernar la transformación digital de cualquier destino por ser modular y escalable. Un proceso ordenado de transformación digital genera resultados a corto plazo y pone en marcha una dinámica de innovación y colaboración permanente.

- Identificación de 20 procesos críticos de los destinos turísticos para Digitur, el observatorio de la digitalización del turismo impulsado por Segittur y Exceltur.
- Coordinadores del Grupo de trabajo de turismo inteligente de la Comisión Smart Cities de Ametic para el impulso de los DTI.
- Diseño de un modelo híbrido entre Smart Cities y DTI para conformar un Destino Deportivo Inteligente.

*Actualmente tenemos un LAB activo para el diseño de Quantum Destinations, un modelo DTI basado en datos escalable a nivel país.*

### LAS CAPACIDADES DEL DESTINO

Los DTIs adoptan la mejor tecnología, de manera continua, para atender las necesidades de turistas, empresas y ciudadanos.

Los destinos necesitan dos elementos fundamentales para el proceso de transformación en destino inteligente: una plataforma que integre todos los desarrollos acometidos y la capacidad de gestión dentro de su estructura: información turística por canales, campañas y promociones, inteligencia de datos, sensorica y marketing de proximidad, algoritmos y asesores virtuales...

Hay que actuar sobre las pymes locales, haciéndolas más competitivas gracias a la implantación de ecosistemas de innovación.

### UN MODELO PARA CUALQUIER TERRITORIO

- Más notoriedad de la marca del destino, presentando su propuesta turística de manera singular y alineada con los segmentos de mayor interés.
- Información contextualizada (espacio-tiempo) y personalizada para cada segmento de viajero a través de portal Web y App, redes sociales, etc. gracias a cadenas de grupos de datos.
- Esto genera mayor conversión, aumento del gasto y mejores tasas de fidelización del viajero.
- Coherencia multicanal de los contenidos turísticos

### SERVICIOS

#### SMART PLATFORM & IoT

El ecosistema tecnológico que soporta el destino inteligente, con plataforma DTI y sensorización.

#### SMART INTERACTION

Mayor capacidad del destino de interactuar con el viajero en su ciclo de viaje: contenidos y canales.

#### SMART BUSINESS

Incorporación de la base del sector, las PYMEs, a la economía digital del turismo.

#### SMART OFFICE

Las capacidades de gestión turística, Big Data e inteligencia del destino y Datos Abiertos.

# 08

## SERVICIOS PARA ENTES GESTORES DTI

### SMART ES MÁS QUE MÁQUINAS

El ente gestor del DTI, su smart office, debe disponer de una **hoja de ruta para el proceso de transformación digital, comunicar el proyecto e implicar a su ciudadanía**. Para ello necesita equipos humanos capaces de liderar el proceso y herramientas tecnológicas como la inteligencia de datos o la automatización de procesos con la inteligencia artificial. Los destinos evolucionan hacia un mayor foco en la gestión local basada en la innovación para un modelo turístico más sostenible.

Porque **la transformación digital de la gestión turística debe integrarse en las dinámicas de ciudad**, ya que la población flotante que supone el turismo ejerce presión sobre los servicios municipales (movilidad, limpieza, seguridad, etc.) y, por tanto, debe implicar a todas las áreas de gestión de la entidad local. Solo así se pueden anticipar potenciales situaciones de saturación y sobrecarga del destino.

- La Nucía (Alicante), primer Destino Deportivo Inteligente del mundo.
- Participación en sesiones formativas de la Red DTI dirigidas a gestores turísticos municipales.

### UN PROCESO ORDENADO Y EFICIENTE

Una hoja de ruta reduce la incertidumbre asociada al proceso y facilita su gestión ordenando prioridades y fijando objetivos según las características, necesidades y capacidades de cada destino.

Hay que comunicar todo el proceso e implicar a la ciudadanía y al sector, explicando la repercusión sobre el territorio, sus habitantes y empresas.

La puesta en marcha de la smart office del DTI implica diseñar el organigrama funcional, procesos y descripción de tareas, funciones y responsabilidades por puestos, herramientas, aspectos legales y capacitación de los equipos.

### LIDERAZGO Y SOSTENIBILIDAD

- Liderazgo en conocimiento frente al ecosistema turístico. El Big Data permite mejores predicciones y datos propios de más calidad para gestionar con éxito la presión del turismo sobre los servicios públicos. A tal fin, la plataforma DTI es interoperable con plataformas smart del territorio.
- Mayor rendimiento de los asistentes virtuales, acelerando el proceso de aprendizaje y especialización del bot. Un servicio de información mejorado permite microsegmentar, optimizar búsquedas y repercute en mayor gasto en destino.
- Modelo de crecimiento turístico alineado con los ODS: una gestión pública más eficiente y transparente con herramientas participativas mejora la calidad de vida de los residentes.

## SERVICIOS

### AGENDA DE TRANSFORMACIÓN

La hoja de ruta digital del destino

### CAPACIDADES DEL ENTE GESTOR

Puesta en marcha de la smart office: equipos, funciones y aspectos legales.

### IMPLICACIÓN CIUDADANA

Comunicación permanente sobre los impactos positivos del proceso de transformación digital.

# 09

## CMS Y WEB SEMÁNTICA

### EL ITINERARIO DE CONSUMO DIGITAL

Nuestro CMS semántico Z+ permite al destino construir su Sistema de Información Turística Digital, el instrumento que el destino necesita para responder a las demandas digitales del viajero, que son principalmente de información. Z+ es la plataforma digital básica de cualquier destino y el primer paso en su transformación hacia destino inteligente. El CMS ordena la información del destino y la entrega de manera segmentada por los canales de la marca, especialmente el portal Web oficial del destino, su principal herramienta de promoción online y centro de conversión. La base de datos de Z+ cumple la norma UNE 178503 de Semántica en los Destinos Turísticos Inteligentes. La capa semántica permite el desarrollo de herramientas de Inteligencia Artificial, Computación Cognitiva, Machine Learning y análisis de Big Data.

- Sistema de información turística digital de la Ciudad de México, cdmxtravel.com, con 25.700 piezas de información.
- Sistema de información turística digital del estado de Michoacán, michoacan.travel con 10.000 piezas de información.
- Coordinadores y redactores de la norma UNE 178503 de Semántica para Destinos Turísticos Inteligentes.

### UNA TECNOLOGÍA PROPIA

globaldit ha desarrollado Z+, una plataforma de gestión de contenidos semántica e interoperable con una especialización en turismo única en el mercado.

#### Backend

- Servidor web: Apache 2.0 o superior.
- Lenguaje de programación: PHP 5.5 o superior.
- BBDD: MySQL 5.5 o superior.
- Framework PHP: Yii2 Framework.

#### Funciones

- Taxonomía adaptada a schema.org
- Item links
- Lenguaje semántico RDF/OWL
- Interoperable vía web services/API rest
- Funciones de seguridad, rendimiento, gestión y conocimiento

### EL PRIMER PASO HACIA DTI

El sistema de información turística digital es el primer paso en la evolución hacia destino turístico inteligente.

Z+ es un CMS semántico con una especialización en turismo única en el mercado, con una arquitectura de datos modulable, ampliable y escalable, preparado para su conexión a las plataformas de destino y territorio mediante API.

Z+ ofrece funciones de conocimiento, con un dashboard de indicadores que permite el monitoreo de la información registrada y la emisión de informes.

### RESULTADOS

- Flujos de información de alto valor, con contenidos segmentados para los grupos de viajero más estratégicos.
- Interacción con el turista mejorada, gracias a la optimización del acceso a la información a través de Web y App e integración de IoT.
- La semántica mejora el acceso y uso de la información, los sistemas de recomendación y el posicionamiento Web a través de Semantic Search. También aumenta el rendimiento de buscadores y aplicar AI en herramientas como asistentes virtuales.

### SERVICIOS

#### CMS SEMÁNTICO

Estándares de la Web semántica, etiquetado según Schema.org, cumple norma UNE 178503. Interoperable con otras plataformas.

#### CANALES DE COMUNICACIÓN

La interacción del destino con el viajero: portal Web, app turismo y red de oficinas de información turística.

#### ESCENARIOS DE EXPLOTACIÓN DE BIG DATA

Explotación segmentada de datos de las plataformas turísticas del destino.

#### ESCENARIOS DE PREPARACIÓN DE BOTS

Datos de calidad para el entrenamiento de bots especializados en el destino.

# 10

## CONTENIDOS DIGITALES

### CONTENIDOS PARA HUMANOS Y PARA MÁQUINAS

Los contenidos son lo que da sentido a la interacción del turista con el territorio turístico. El destino despliega contenidos digitales a través de sus canales para inspirar, informar, generar interacción, lograr la conversión y satisfacer al viajero durante su visita. La estrategia de contenidos digitales define cómo crear, ordenar y segmentar contenidos, pues, tanto atendiendo al perfil de cliente como por escenario de uso. Resolvemos la difícil tarea de **gestionar con fluidez la diversidad de datos propia de los contenidos turísticos y extraerles el máximo rendimiento mediante la hiperespecialización y personalización.**

- Creaturisme, desarrollo de producto cultural para Turisme Comunitat Valenciana, [creaturisme.comunitatvalenciana.com](http://creaturisme.comunitatvalenciana.com)
- Baja California Best, estrategia de contenidos y desarrollo de producto experiencial, [bajacaliforniabest.com](http://bajacaliforniabest.com)
- Un país de experiencias, 250 experiencias turísticas para el Plan de Marketing Internacional de Argentina.
- Mundo Maya, estrategia de contenidos y desarrollo del sitio Web [mundomaya.travel](http://mundomaya.travel)
- 200 experiencias turísticas segmentadas para Ciudad de México, [cdmxtravel.com](http://cdmxtravel.com)

### EL CAPITAL DIGITAL DEL DESTINO

La estrategia de contenidos desarrolla la propuesta de valor del destino segmentada por motivaciones y públicos.

Contenido interrelacionado atendiendo a perfiles de consumo tipo generados para los principales segmentos de visitantes del destino.

Los contenidos se envían por diferentes canales atendiendo a los escenarios de consumo de información y a la especialización del destino.

### RESULTADOS

- Más notoriedad de la marca del destino, presentando su propuesta turística de manera singular y alineada con los segmentos de mayor interés.
- Información contextualizada (espacio-tiempo) y personalizada para cada segmento de viajero a través de portal Web y App, redes sociales, etc. gracias a cadenas de grupos de datos.
- Esto genera mayor conversión, aumento del gasto y mejores tasas de fidelización del viajero.
- Coherencia multicanal de los contenidos turísticos

### SERVICIOS

#### ESTRATEGIA DE CONTENIDOS DIGITALES

Desarrollo de contenidos y migración y estructuración de datos existentes (empresas, experiencias, servicios, etc.).

#### LINKED CONTENT STRATEGY

Trazado de correlaciones entre contenidos y etiquetas en la base de datos por patrones de consumo y motivación.

#### PROPUESTA DE DISTRIBUCIÓN MULTICANAL

Distribución de contenidos por los canales de la marca y creación de micrositios.



# 11

## PYMES DIGITALES

### DIGITALIZACIÓN DE CIENTOS DE PYMES TURÍSTICAS CON PASO HACIA EL DESTINO INTELIGENTE

En la mayoría de destinos, la base del sistema turístico está compuesta por PYMES que se mantienen al margen de la economía digital por falta de medios o de conocimiento. La brecha digital es una barrera al desarrollo que refuerza las dinámicas de exclusión, y reduce la capacidad de estas PYMES de generar negocio turístico y rentabilizar su operación. PYMES digitales es un programa de acción pública que **acelera la entrada a la economía digital de cientos de PYMES y miles de profesionales que, por sí mismos, no podrían hacerlo o tardarían años en conseguirlo**. Una plataforma de servicios compartidos facilita la tecnología y un plan formativo atiende la falta de habilidades tecnológicas en la base del sector. Todo para conseguir un destino inteligente.

- 552 empresas digitalizadas, incluyendo capacitación en habilidades digitales.

*Metodología de digitalización de Mipymes turísticas y plataforma propia e interoperable Shirka inscrita con el número V-1437-11 en el Registro de la Propiedad Intelectual de la Comunitat Valenciana*

### UNA TECNOLOGÍA PROPIA

- Funciones core, de gestión, edición, validación y seguridad.
- Manuales y soportes
- Sistema
  - Sistema operativo: Linux
  - Servidor Web: Apache
  - Gestión BBDD: MySQL
  - Lenguaje: PHP
- Plataformas
  - Shirka: Desarrollo LAMP a medida
  - Webs PYMES: Desarrollo LAMP a medida
- Tecnologías y lenguajes
  - Zend Studio
  - Git
  - HTML 5 / CSS 3/ JQuery

### REDUCIR LA BRECHA DIGITAL

Las PYMES participantes reciben una primera inmersión en la economía digital, construyendo su identidad digital con una combinación de tecnologías ágiles y de fácil uso, asistencia técnica a las PYMES participantes y capacitación para los emprendedores en la gestión de su identidad digital.

El programa construye un ecosistema de empresas competitivas e introduce la innovación en su dinámica de funcionamiento.

### MÁXIMA EFICIENCIA

- Plataforma de servicios compartidos para la digitalización masiva de cientos de PYMES, reduciendo tiempos y costes de implantación.
- Plan formativo en habilidades digitales adaptado a las PYMES del sector turismo.
- Método de implantación testado en destinos maduros y en desarrollo.

## SERVICIOS

### IDENTIDAD DIGITAL

Construcción de sitios web mobile para PYMES participantes con una plataforma de servicios compartidos.

### ALFABETIZACIÓN DIGITAL

Formación en habilidades digitales adaptadas a los colectivo: talleres y cursos.

### INCLUSIÓN DIGITAL

Integración de las PYMES en la capa digital del destino mediante portal e integración en plataformas de destino.

### COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Desarrollo de un portal web institucional del programa según el código de transparencia de la gestión pública del cliente.





# 12

## EMPRENDEDORAS DIGITALES

### EMPODERAMIENTO DIGITAL DE EMPRESARIAS

Las mujeres emprenden negocios para lograr su empoderamiento económico y social, y contribuyen en mayor grado que los hombres a la lucha contra la pobreza. Aunque la brecha de género existe en todo el mundo, ya hay más mujeres empresarias que hombres en países de América Latina y Asia. Pero ellas encuentran más obstáculos para acceder a la economía digital. El programa de emprendedoras digitales permite **abordar, desde una perspectiva de género, las barreras culturales y la falta de experiencia en el medio digital que padecen las mujeres y que les impide aprovechar en igualdad de condiciones las oportunidades que brinda la economía digital.**

- 76 microempresas digitalizadas en el Programa de cocineras tradicionales de Michoacán
- 238 emprendedoras capacitadas en habilidades digitales en el Programa de digitalización de Pymes de Michoacán

### INCLUSIÓN EFECTIVA

La brecha de género agudiza la brecha digital, nutriendo el círculo vicioso que agrava las desigualdades existentes y resta competitividad a empresas, destinos, ciudades y países.

El programa de emprendedoras digitales es una iniciativa pionera para la inclusión de las mujeres en la economía digital del sector turismo (alojamientos, restaurantes, comercios, etc.). El programa contribuye a las estrategias de digitalización de los países y los ODS a favor del desarrollo y la igualdad de género.

### 100 NEGOCIOS EN 75 DÍAS

Un formato de proyecto ejecutivo, de implantación ágil, con resultados comunicables desde el primer momento:

- Plataforma de servicios compartidos para la digitalización de 100 empresas turísticas lideradas por mujeres en 75 días.
- Plan formativo en habilidades digitales adaptado a las PYMEs del sector turismo.
- Portal de mujeres emprendedoras online del destino. Promoción y creación de comunidad.
- Método de implantación testado.

### SERVICIOS

#### IDENTIDAD DIGITAL

Construcción de sitios web mobile para PYMEs de emprendedoras con una plataforma de servicios compartidos.

#### ALFABETIZACIÓN DIGITAL

Formación en habilidades digitales a mujeres empresarias: talleres y cursos.

#### LLEGADA A MERCADO

Portal Web de promoción de las PYMEs lideradas por mujeres, integrado en presencia digital del destino.

#### COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Portal institucional de comunicación del proyecto, según código de transparencia de la gestión pública del cliente.

# 13

## POLÍTICAS PÚBLICAS DIGITALES

### CRECIMIENTO, EMPLEOS, INGRESOS Y SOSTENIBILIDAD

Los esquemas estratégicos y operativos de acción pública de alcance provincial, autonómico o estatal permiten activar la transformación digital del sector turismo y los destinos de manera ordenada, eficiente y ágil. En muchos territorios no tiene sentido que cada destino impulse su propio proceso de digitalización, en un escenario de falta de recursos y know how generalizado. Por ello, resulta más eficiente **centralizar el impulso a la digitalización desde un organismo con capacidad de acometer el proceso con solvencia y facilitar esos recursos y know how a los destinos que lo integran, replicando el modelo y generando economías de escala.** Esto, además, permite al territorio agregar datos y generar inteligencia colectiva en beneficio de todos.

- Lineamientos estratégicos para la transformación digital del turismo de Chile 2018-2022
- Recomendaciones estratégicas para la colaboración público-privada en el diseño de soluciones para procesos críticos de los destinos, Informe Digitur.
- Estrategia digital para el Instituto Nacional de Bellas Artes de México /Conaculta.
- Diseño de un proyecto tractor para el sector turismo español como Coordinadores de Turismo Inteligente de AMETIC en colaboración con la CEOE.

### EL MARCO DE LA ACCIÓN

- Un esquema marco de digitalización del territorio turístico, contemplando las diferentes tipologías de destinos y realizando una priorización de acciones en función de sus necesidades.
- Una colección de proyectos tractores de movimiento del sector turismo hacia la digitalización, dirigidos a estrechar la brecha digital de PYMEs, territorios rurales y colectivos como mujeres o emprendedores.
- Una colección de instrumentos y mecanismos de transferencia de conocimientos, capacidades y tecnologías del organismo impulsor a los destinos del territorio.

*El método propuesto por globaldit para la articulación de políticas públicas digitales se inspira en el método de trabajo por misiones desarrollado por Mariana Mazzucato para los proyectos de I+D+i de la Unión Europea. El enfoque consiste en identificar problemas concretos, resolubles a corto plazo, con hitos claros, implicando a múltiples actores y equipos multidisciplinares.*

### PROPÓSITO DE LA ACCIÓN PÚBLICA

- Impulsar el desarrollo económico y social del destino
- Aumentar el PIB turístico en el territorio, específicamente el PIB digital.
- Aumentar la eficiencia de la gestión pública local
- Generar inteligencia de utilidad para la gestión turística y del territorio
- Elevar la competitividad de las pymes turísticas locales

### SERVICIOS

#### SMART TRAVEL REGION

Marco estratégico de impulso a la digitalización de todo un territorio con una suma de destinos.

#### PROYECTOS TRACTORES

Proyectos de arrastre sectorial para la transformación digital de los servicios públicos turísticos en los destinos.

#### ESQUEMAS DE TRANSFERENCIA

Incorporación de la base del sector, las PYMEs, a la economía digital del turismo.

#### HOJA DE RUTA PARA LA TRANSFORMACIÓN

Proyección temporal de la acción, dotación presupuestaria y de recursos y modelo de gobernanza.

# 14

## HABILITADORES DE POLÍTICA DIGITAL

### FACILITADORES DEL PROCESO

Las políticas de transformación digital del sector turismo precisan de una serie de elementos que permiten su desarrollo y aplicación en empresas y en destinos. El despliegue de estos elementos habilitadores compone la primera fase de cualquier política, puesto que sin ellos no es posible avanzar de manera ordenada, con garantías. En primer lugar, es necesario conocer el entramado de actores públicos y privados que participan en el proceso de transformación digital y sus roles y competencias. En segundo lugar, hay que desarrollar los modelos de trabajo, estándares, tecnologías y metodologías para el impulso a la transformación digital. En tercer lugar, deben existir normas públicas que ordenen el proceso y procesos claros de participación. Y, finalmente, es necesario analizar la evolución del proceso para identificar nuevos escenarios de acción.

- Vocales del Subcomité 5 Destinos Turísticos Inteligentes del Comité 178 de Ciudades Inteligentes (SC05 CTN178) de la Asociación Española de Normalización (AENOR)
- Colaboradores en la redacción de las normas UNE178501, UNE 178502 y UNE 178504
- Coordinadores del Grupo de trabajo 07 del SC05 CTN178 para la redacción de la Norma UNE 178503 de Semántica para DTI
- Coordinadores del grupo de trabajo de Destinos Inteligentes de AMETIC.
- Identificación de agentes clave para la configuración del ecosistema impulsor de la transformación del turismo en España.
- Itinerario para la adopción tecnológica de las PYMEs turísticas de Chile.

### NUEVAS HERRAMIENTAS DE TRANSFORMACIÓN

El uso de la tecnología está redefiniendo cómo se conciben, organizan y ejecutan los procesos de transformación sectorial. El diseño de políticas públicas se adapta a esta nueva realidad, y sector público y sector privado se alían en pro de un objetivo común, construyendo un nuevo marco de trabajo. Con un enfoque integrador, las organizaciones no tienen sentido fuera del ecosistema en el que se integran, del que se nutren y al que contribuyen.

### LOS SOPORTES DE LA DIGITALIZACIÓN

- Métodos de trabajo y de desarrollo de soluciones y herramientas conocidos y compartidos por el conjunto de actores.
- Dinámicas colaborativas instaladas en un sistema de agentes a favor de la digitalización.
- Información y conocimiento compartido para el desarrollo de nuevos planos de trabajo y aprendizaje permanente.

## SERVICIOS

### ECOSISTEMAS IMPULSORES

Sistema de actores públicos y privados implicados en la transformación digital.

### ACERVOS METODOLÓGICOS Y TECNOLÓGICOS

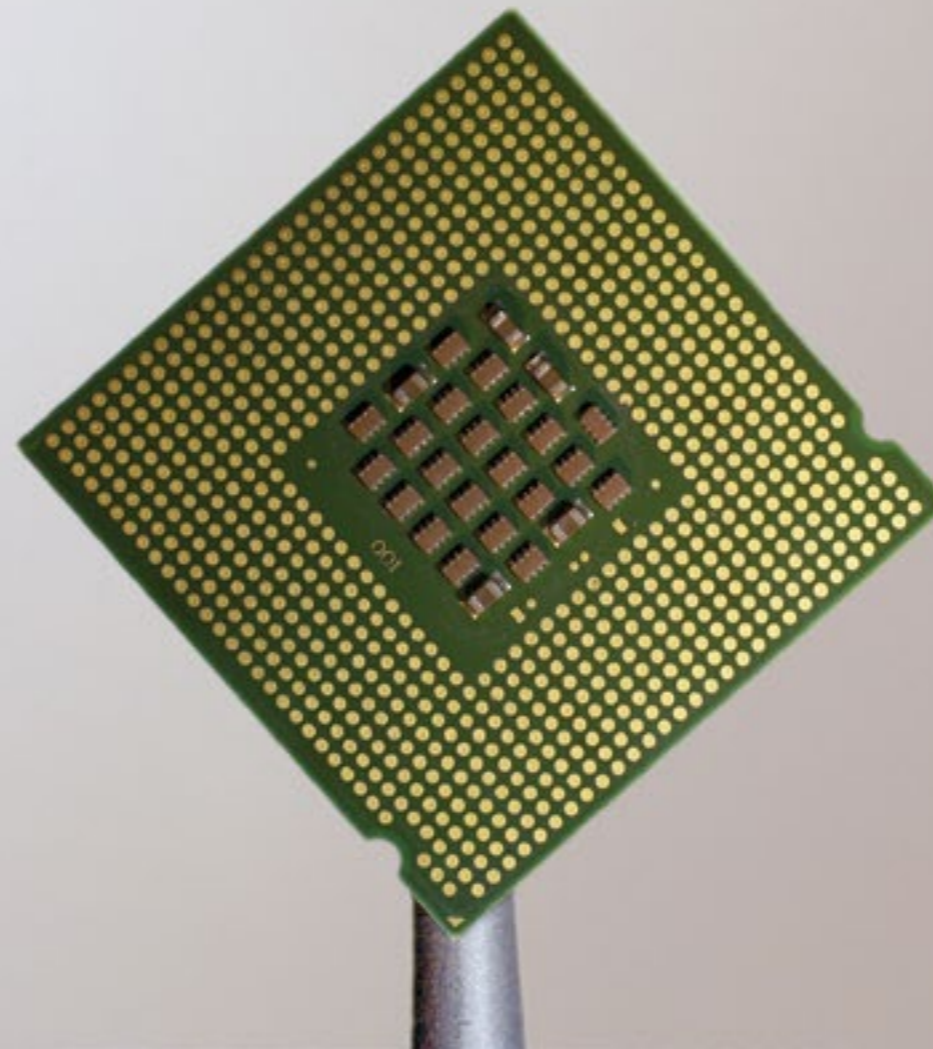
Modelos, metodologías, estándares y tecnologías para destinos y empresas.

### NORMALIZACIÓN

Normas públicas de transformación digital del turismo.

### LIBROS BLANCOS

Análisis de coyuntura de aspectos estratégicos de la transformación digital



# # GAME- CHANGERS

Para impulsar un desarrollo turístico sostenido, sostenible e inclusivo hemos creado #gamechangers, nuestro programa de RSC. Utilizamos la innovación social para trabajar con colectivos en riesgo de exclusión como mujeres, jóvenes o indígenas.

Hemos desarrollado Destinos Turísticos Inclusivos, un programa de innovación social y digital para destinos turísticos cuyo objetivo es impulsar el desarrollo del destino e integrar en el mismo a la sociedad receptora, reduciendo las brechas turística, digital y social que afrontan algunos colectivos y personas.

El programa fomenta especialmente el desarrollo turístico inclusivo, el comercio responsable y la mejora de las relaciones sociales. Con metodología e instrumentos propios, el programa es modulable y escalable, adaptándose a las necesidades concretas de los colectivos implicados.

Destinos Turísticos Inclusivos contribuye directamente a los ODS de la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

- Global Report: Turismo inclusivo para la Organización Mundial del Turismo
- Tarhiata 2021, estrategia de turismo sostenible para el estado de Michoacán, México.
- 100 Recomendaciones destinos ODS para la Agencia Valenciana de Turismo.



Nuestros productos y servicios están encaminados a hacer del turismo una fuerza del cambio para un desarrollo más responsable y equitativo, y con su ejecución estamos contribuyendo directamente a la Agenda 2030 de Naciones Unidas, en particular a los siguientes objetivos





globaldit

LAURA FANDOS  
Valencia  
+ 34 963 354 900  
l.fandos@globaldit.com  
(España)

idT

LUPITA GÓMEZ  
México D. F.  
+52 (55) 52 64 06 96  
g.gomez@ditglobal.com  
(México)

Estamos presentes en cuatro países:

Valencia (España)  
México D. F. (México)  
Buenos Aires (Argentina)  
Boston (EEUU)

Síguenos en redes sociales



globaldit y su filial mexicana idt es una empresa internacional de asesoramiento experto en el sector viajes, turismo y ocio.

Trabajamos con la administración turística a todos los niveles -destino, región y país- , con las empresas del sector -cadenas, grandes empresas y MiPyMEs- y con organismos internacionales de financiación y cooperación.

En 28 años de trayectoria hemos realizado más de 1.100 proyectos en 10 países y colaborado con más de 200 destinos.

Trabajamos en España y Latinoamérica. Desde la sede central de Valencia gestionamos los proyectos a nivel global. La sede en Ciudad de México opera en México y América del Sur salvo Argentina donde tomamos como base la sede de nuestro aliado en Buenos Aires.

- 
- Somos vocales del Comité 178 Ciudades Inteligentes. Hemos participado en las normas UNE178501 y UNE 178502 de Destinos Turísticos Inteligentes.
  - Somos coordinadores del grupo de trabajo 07 para la Norma 178503 Semántica para Destinos Turísticos Inteligentes.
  - Somos coordinadores del Grupo de Trabajo de Turismo Inteligente de AMETIC, la asociación de empresas tecnológicas de España.
  - Somos miembros afiliados y miembros del Grupo de Trabajo de Tecnología de la Organización Mundial del Turismo.

globaldit & idt

