

XERACIÓN DE INICIATIVAS EMPRESARIAIS

2025



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



XUNTA
DE GALICIA



Deputación
DA CORUÑA

FORMADORA



Paula Madeleine **Miller Merino** España/Irlanda

Consultora de turismo cunha sólida formación académica e un enfoque internacional ao longo da súa carreira. É licenciada en **Administración e Dirección de Empresas (CADE) e Turismo** pola Universidade Nebrija de Madrid, e tamén completou un semestre en Rotterdam, especializándose en Negocios Internacionais.

A súa **paixón polo sector turístico** materializouse nunha exitosa carreira profesional, con máis de cinco anos de experiencia en consultoría, deseño de experiencias turísticas e creación de produtos innovadores como o enoturismo, o turismo experiencial e o turismo sostible.

Desde 2020, Paula traballa como consultora, e desde 2023 en **Innotur Consultoría e Innovación**, onde exerce como **xestora de proxectos e coordinadora na oficina de Santiago de Compostela**. Neste cargo, liderou proxectos de alto impacto en diversas localizacións, como a creación e promoción de experiencias turísticas nas provincias de **Sevilla e Granada** co proxecto "**Oleoturismo España**", e a implementación de plans de sostibilidade en destinos de importancia nacional. Ademais, participou no desenvolvemento de **rutas temáticas** e na mellora das habilidades dixitais dentro do sector turístico, traballando en estreita colaboración con varios concellos e entidades privadas para promover o turismo sostible.

Paula coordinou e implementou iniciativas estratéxicas como a creación de experiencias en destinos como **Cazorla**, a **Ribeira Sacra e Asturias**, axudando a posicionar estas rexións como líderes no turismo gastronómico, cultural e de natureza. A súa visión integral inclúe non só a planificación, senón tamén a formación e a sensibilización do sector en canto á **dixitalización e a innovación**.

[Coñece máis!](#)

Índice

Análise de Mercado e Oportunidades de Crecemento

● Análise externo: Descrición da contorna actual • Tendencias sectoriais e cambios de mercado • Estudo específico de segmentos, motivacións e novas demandas • Identificación e aplicación de técnicas avanzadas de benchmarking e observación de tendencias internacionais	Fontes de innovación e oportunidades • Casos sectoriais, feiras especializadas, análise de novas tecnoloxías • Proxección prospectiva sobre sustentabilidade, dixitalización e nichos emerxentes	● Análise PESTEL avanzado • Avaliación de impactos regulatorios, ecolóxicos e tecnolóxicos en modelos de negocio turísticos sostíbles • Normativas futuras e patentes relevantes.
● Análise interno • Caracterización profunda de segmentos: motivación, potencialidade, perfil experiencial • Utilización de metodoloxías innovadoras para detección de novas necesidades • Metodoloxía de deseño e optimización avanzada do buyer persona no turismo		● Competencia e mercado potencial • Estratexias competitivas • Detección de factores diferenciais e vantaxes competitivas a partir de benchmarking avanzado • Escoita activa. • Solucións a problemas detectados

Organización e xestión operativa

● Plan loxístico avanzado

- Innovación en procesos de aprovisionamento, almacenamento e layout operativo
- Dinámicas para integrar benchmarking e tendencias internacionais á optimización da cadea loxística

Xestión de provedores e compras compras

- Técnicas para identificar provedores innovadores e xestión eficiente da cadea de valor turística

● Plan de persoal e desenvolvemento de de competencias

- Plans de motivación, formación, retribución e clima laboral adaptados a perfís clave do sector turístico sustentable
- Estratexias de reclutamento e selección con orientación a dixitalización, sustentabilidade e experiencia de cliente
- Implementación de políticas internas e compliance avanzadas

● Operativa e cumprimento

- Protocolos avanzados de quendas e reforzos
- Estratexias de mellora continua en Xestión de Incidencias
- Cumprimento norma

Preguntas de Diagnóstico

Coñece as tendencias actuais que están transformando o turismo sostenible?

Avalíe a súa comprensión sobre dixitalización, sustentabilidade e turismo experiencial.

Identificou claramente a súa proposta de valor valor diferencial?

Reflexione sobre que fai única a súa oferta turística fronte á competencia.

Conta con estratexias para xestionar picos de de demanda estacional?

Analice a súa capacidade operativa para adaptarse a fluctuacións do mercado.

Coñece profundamente as motivacións dos seus dos seus segmentos obxectivo?

Avalíe se comprende os "traballos por facer" dos seus clientes potenciais.

Obxectivos xerais da formación

Dominar a Análise Estratéxica

Desenvolver capacidade para analizar mercados, tendencias e oportunidades mediante ferramentas avanzadas.

Identificar Fontes de Innovación

Detectar tecnoloxías emerxentes e casos de éxito aplicables ao turismo sostenible.

Construír Buyer Persoas Avanzados

Caracterizar segmentos con profundidade, integrando motivacións, potencialidade e perfil experiencial.

Desenvolver Vantaxes Competitivas

Aplicar benchmarking avanzado para crear diferenciación sustentable no mercado.

Optimizar a Xestión Operativa

Implementar sistemas eficientes de loxística, persoal e cumprimento normativo.

Integrar Sustentabilidade Transversal

Incorporar criterios ESG en toda a cadea de valor turística.



Análise de Mercado e Oportunidades de Crescimento

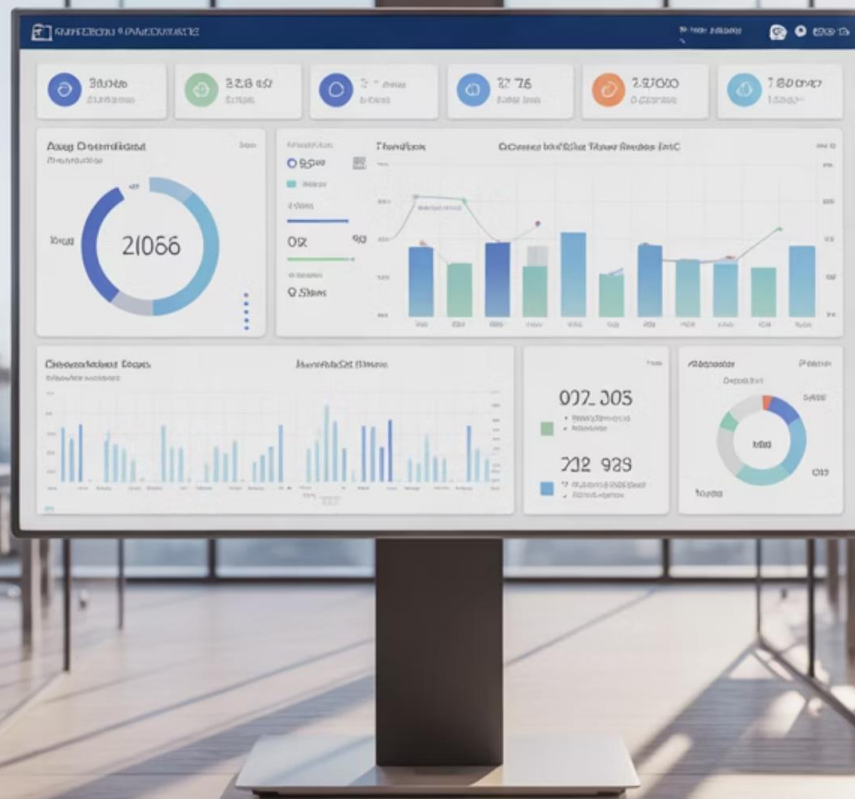
Importancia da análise de mercado

Visión Integral

Combina fontes cuantitativas (chegadas, gasto, estacionalidade) con cualitativas (motivacións, percepcións, expectativas).

Anticipación Estratéxica

Permite anticipar cambios sectoriais e identificar áreas de mellora antes que a competencia.



Oportunidades de Crecimiento



Diversificación

Ampliar oferta con ecoturismo, enoturismo e turismo gastronómico.



Especialización

Enfocarse en nichos como turismo de aventura ou bienestar.



Colaboración

Alianzas público-privadas para infraestructuras e promoción.



Tendencias Emerxentes

Aproveitar sustentabilidade, experiencias e dixitalización.

Vinculación con Estratexia e Viabilidade

Análise DAFO

Identificar fortalezas, debilidades, ameazas e oportunidades como base estratéxica.

Anticipación de Riscos

Prever cambios en demanda, fluctuacións económicas e cambios regulatorios.

Viabilidade Financeira

Calcular retorno de investimento, marxes e asignación óptima de recursos.

Análise Externo:

Descrición da Contorna Actual

Comprender as tendencias sectoriais e cambios de mercado é esencial para anticipar ameazas, aproveitar oportunidades e manter a competitividade nunha contorna turística en constante evolución.

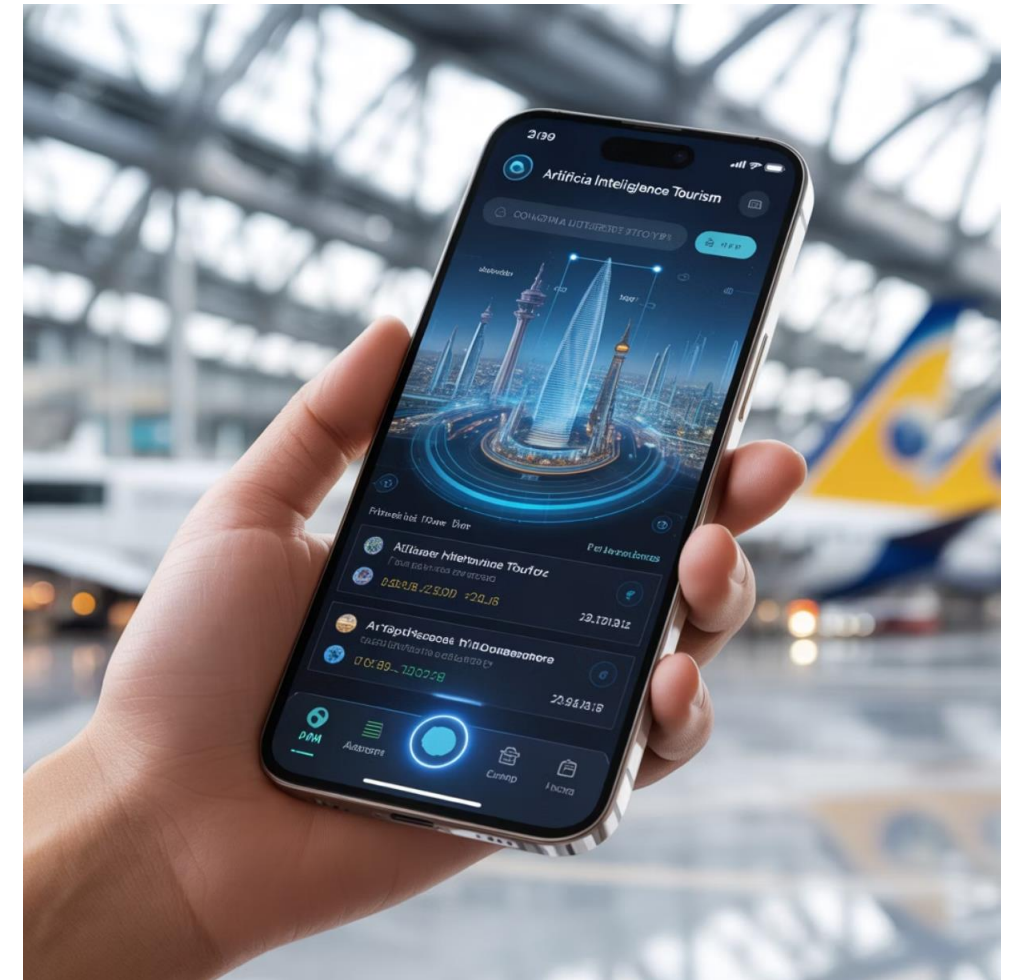


Tendencias sectoriais e cambios de mercado

Dixitalización Acelerada

As plataformas de reservas online, aplicacións móbiles, IA, Big Data e realidade aumentada transforman a experiencia turística.

- Personalización mediante intelixencia artificial
- Xestión eficiente con Big Data
- Experiencias inmersivas con AR/VR
- Servizos accesibles vía móbil



Sustenbilidade e responsabilidade social social

Esixencia do Mercado

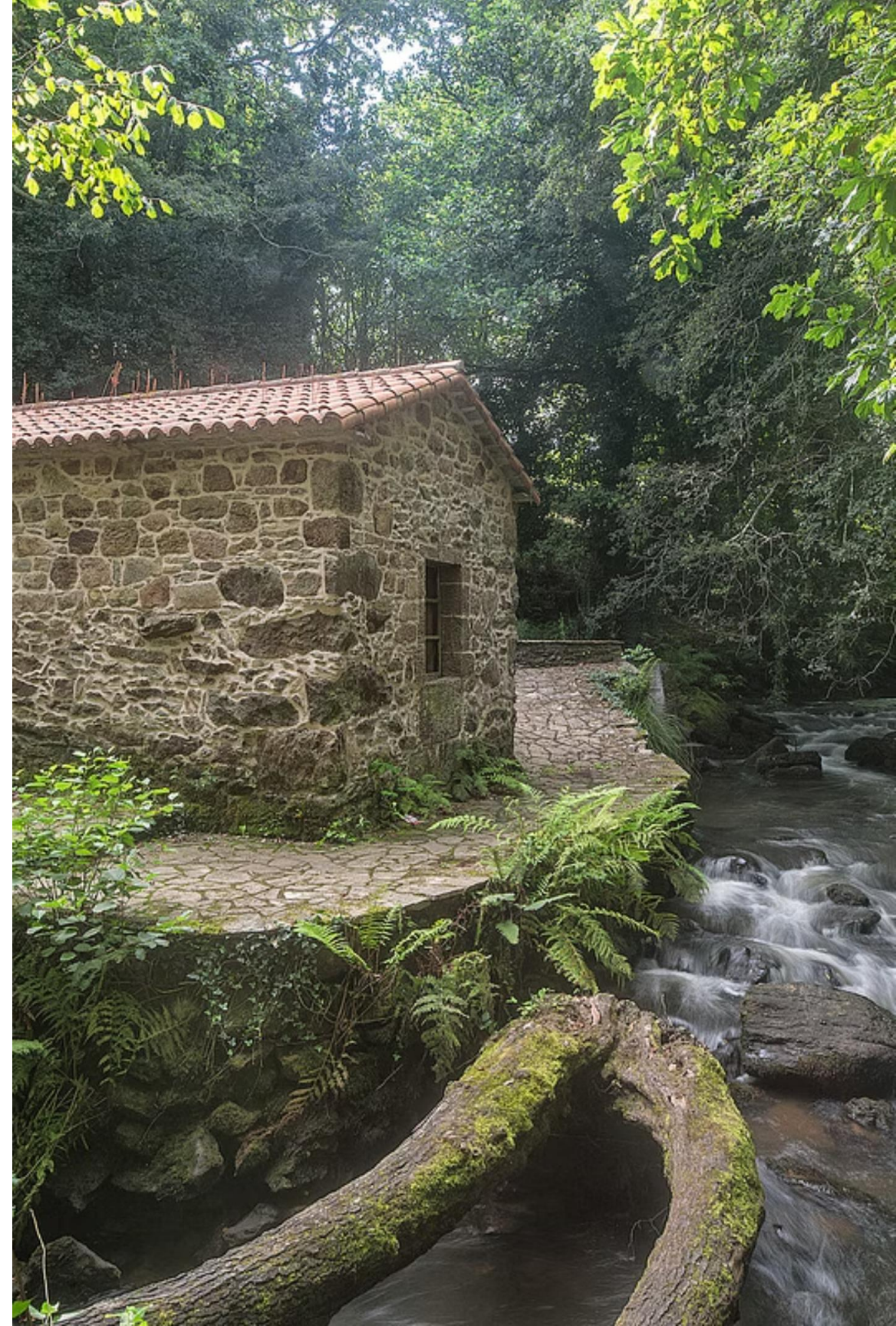
Os turistas, especialmente mozos, demandan experiencias que respecten o medio ambiente e promovan economía local.

Normativas Crecentes

Certificacións ISO 14001 e selos de turismo responsable gañan relevancia.

Preservación Cultural

Contribución á conservación do patrimonio e comunidades locais.



Personalización da Experiencia

A transición do turismo masivo ao personalizado é unha tendencia destacada. Os turistas buscan experiencias adaptadas aos seus intereses, preferencias e motivacións persoais.



Intelixencia Artificial

Recomendacións personalizadas basadas en comportamentos previos e preferencias.



Itinerarios Únicos

Experiencias deseñadas segundo desexos profundos de cada viaxeiro.



Conexión Emocional

Productos que conectan con valores e aspiracións persoais.

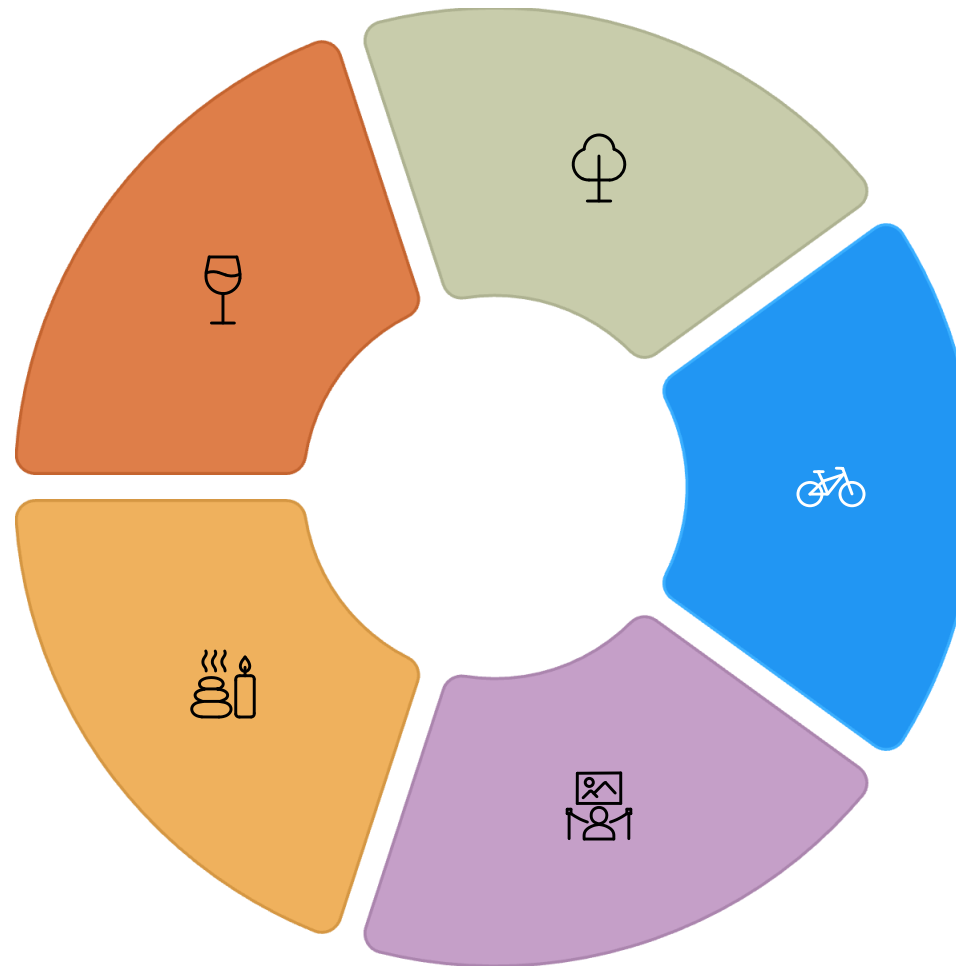
Turismo Experiencial e Nichos Emerxentes

Enogastronómico

Catas de viños e produtos autóctonos con experiencias inmersivas.

Saúde e Benestar

Retiros enfocados en saúde física e mental.



Ecoturismo

Destinos menos masificados con conexión profunda coa natureza.

Aventura

Actividades que desafían e transforman ao viaxeiro.

Cultural

Inmersión en patrimonio histórico e tradicións locais.

Novas Xeracións e Cambios Demográficos

Millennials e Xen Z

- Valoran sustentabilidade e autenticidade
- Integración fluída de tecnoloxía
- Conexión xenuina con cultura local
- Experiencias únicas e compartibles

Poboación Senior

- Demanda de viaxes accesibles
- Enfoque en benestar
- Servizos adaptados a mobilidade
- Experiencias confortables

Mobilidade Post-Covid



Seguridade Reforzada

Destinos seguros con protocolos de hixiene rigorosos.



Turismo de Proximidade

Preferencia por destinos cercanos e menos masificados.



Flexibilidade

Políticas de cancelación e modificación adaptables.



Actividades ao Aire Libre

Maior demanda de experiencias en espazos abertos.

Innovación en Distribución e Marketing

O marketing dixital transformou radicalmente a distribución turística, integrando múltiples canles e estratexias personalizadas.

Plataformas de Reserva Online

Integración de metabuscadores e sistemas de reserva directa.

Marketing de Influencia

Colaboración con creadores de contido para alcance orgánico.

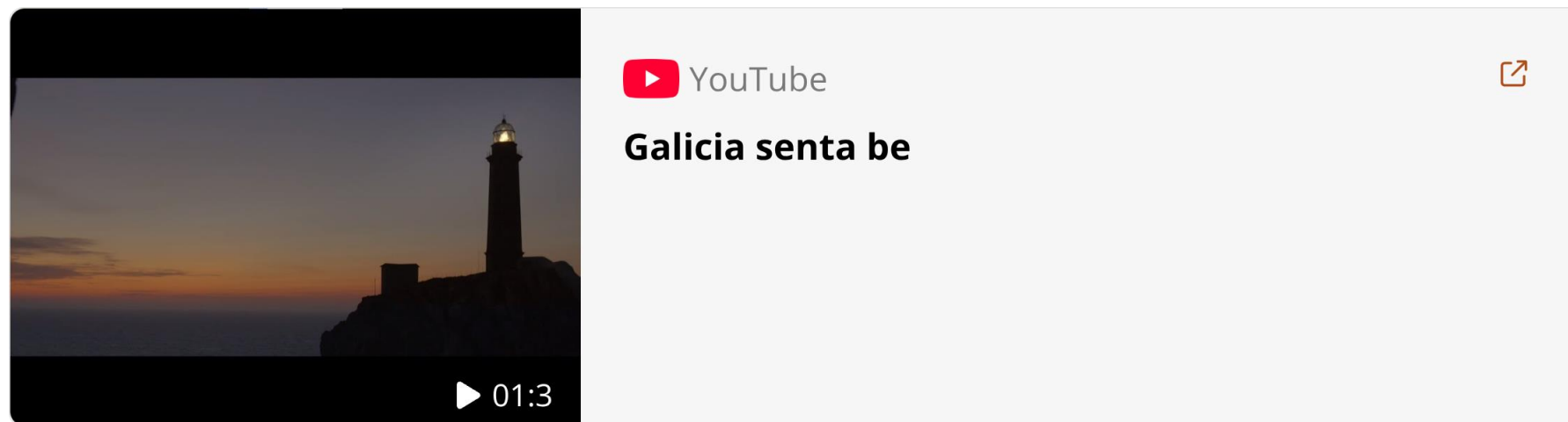
Contido Xerado por Usuarios

Aproveitamento de reviews e experiencias compartidas.

Personalización de Campañas

Uso de datos para optimizar mensaxes en cada etapa do journey.

Exemplo



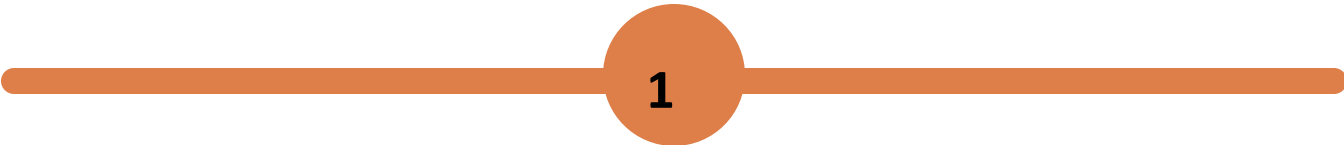
Ilustra como, a partir das tendencias sectoriais e os cambios de mercado, Galicia posiciónase estratexicamente como destino sustentable e auténtico, promovendo a súa calidade de vida e paisaxe única.

Estudo específico de segmentos, motivacións e novas demandas

O estudo profundo de segmentos, motivacións e novas demandas permite deseñar produtos personalizados, mellorar a experiencia do cliente e manter vantaxe competitiva nun mercado dinámico.



Enfoque de Segmentación Multicriterio



1

Xeográfica

Localización do consumidor: país, rexión, clima. Inflúe en preferencias de destino.



2

Demográfica

Idade, sexo, nivel educativo, poder adquisitivo, ciclo de vida familiar.



3

Psicográfica

Estilos de vida, valores, intereses: slow travel, ecoturistas, foodies, wellness.



4

Conductual

Frecuencia, lealdade, relación prezo-calidade, disposición a personalización.

Análise de Motivacións Turísticas Actuais



Descanso e Evasión

Busca de desconexión do estrés, benestar físico e mental. Ideal para seniors, familias e escapadas románticas.



Aprendizaxe e Desenvolvemento Persoal

Interese en experiencias educativas, culturais, gastronómicas ou voluntariado. Atrae especialmente aos mozos.



Autenticidade e Sustentabilidade

Valoración de interacción xenuína con comunidades, produtos responsables e respecto ao medio ambiente.



Tecnoloxía e Conectividade

Preferencias por experiencias interactivas, gamificadas, uso de apps móbiles e atención á reputación dixital.



Relacións Sociais e Pertenza

Necesidade de fortalecer vínculos, fomentando viaxes en grupo, familiares ou para networking profesional.

Novas demandas e Tendencias



Personalización Extrema

Co-creación de experiencias con participación activa do turista.



Wellness Avanzado

Retiros de saúde preventiva, mindfulness e turismo médico.



Turismo Inclusivo

Experiencias accesibles para persoas con discapacidade e familias diversas.



Turismo Rexenerativo

Restaurar ecosistemas e revitalizar economías locais.



Turismo Dixital

Espazos que combinan teletraballo e ocio para nómadas dixitais.

Identificación e aplicación de técnicas avanzadas de benchmarking e observación de tendencias internacionais

Identificar e aplicar técnicas avanzadas de benchmarking permite avaliar o desempeño fronte a líderes globais, identificar innovacións e adaptarse a tendencias que modelan o futuro do turismo.



Técnicas de Benchmarking

Competitivo

Comparación directa con principais competidores en produto, canles, prezos e experiencia.

1

Xenérico

Patróns de excelencia transversais: ISO 9001, EFQM, cadeas de valor Porter.

3

2

Funcional

Análise de procesos críticos: reservas online, tecnoloxías contactless, marketing dixital.



Visitas de Observación e Networking

Eventos Clave

- ITB Berlín
- FITUR Madrid
- World Travel Market
- Talleres de innovación

Destinos Referencia

- Islandia (sustentabilidade)
- Singapur (dixitalización)
- Nueva Zelanda (ecoturismo)
- Barcelona (innovación urbana)

Ferramentas de Monitorio



KPIs Comparativos

Indicadores de desempeño para medir eficacia: satisfacción, rendibilidade, eficiencia operativa.



Big Data

Análise de grandes volumes de datos para identificar patrones e tendencias emergentes.



Sistemas DSS

Soporte de decisiones con algoritmos avanzados para optimizar operaciones.

Fontes de innovación e innovación e oportunidades

A profundización en casos sectoriais, feiras especializadas e tecnoloxías emerxentes proporciona información e ferramentas para innovar, adaptarse a demandas cambiantes e manter competitividade global.



Casos sectoriais, feiras especializadas, análise de novas tecnoloxías

Casos Sectoriais de Innovación

1 Portugal: Turismo Turismo Sostible Sostible

Reposicionamento como referente en sustentabilidade con Rede Natura 2000 e campañas de autenticidade.

2 Barcelona: Hoteles Boutique Dixitais

Adopción de reservas automatizadas, check-in contactless e apps de personalización.

3 Reconversión Patrimonial

Transformación de mosteiros e castillos en aloxamentos experienciais únicos.

4 Enoturismo Intelixente

Adegas con apps móbiles, realidade aumentada e experiencias personalizadas de cata.

Feiras Especializadas

ITB Berlín

Feira global con avances en tecnoloxía turística e xestión sustentable.

FITUR Madrid

Oportunidade para descubrir innovacións en turismo español e latinoamericano.

World Travel Market

Punto de encontro para actores globais e últimas estratexias de marketing.

Innovation Summits

Foros especializados en marketing dixital e turismo sustentable.

Tecnoloxías Emerxentes



Intelixencia Artificial

Chatbots, recomendadores automáticos e personalización a gran escala.



Big Data e Data Mining

Identificación de patróns, predicción de tendencias e optimización de ofertas.



Blockchain

Reservas seguras, xestión de identidades dixitais e transaccións transparentes.



Realidade Aumentada/Virtual

Experiencias interactivas en museos, vistas previas de destinos e tours virtuais.

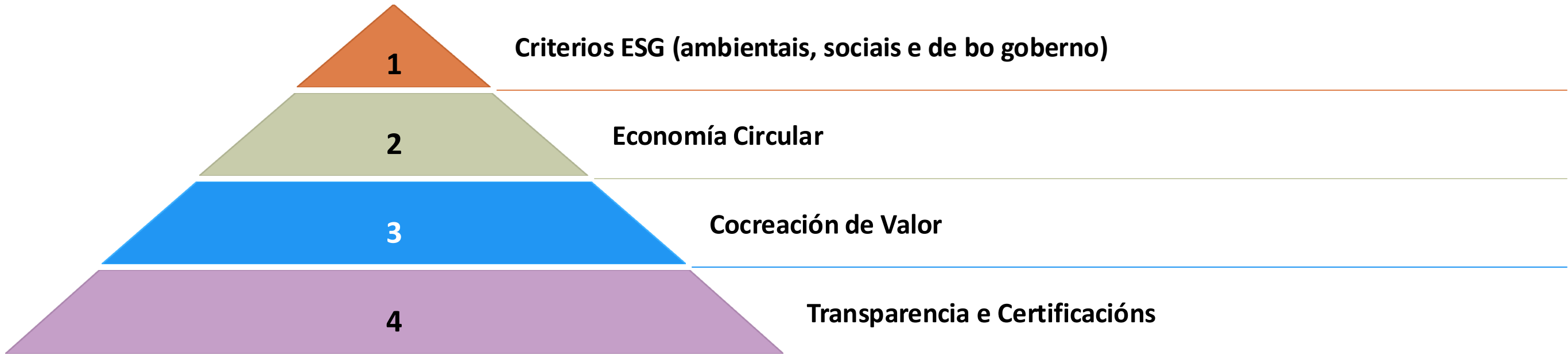


Tecnoloxías Verdes

Xestión eficiente de recursos, mobilidade sustentable e monitorización ambiental.

Proxección Prospectiva sobre Sostibilidade, Dixitalización e Nichos Emerxentes

Sustentabilidade como Eixe Transformador



A sustentabilidade consolídase como motor estratéxico, integrando xestión ambiental, social e económica en toda a cadea de valor turística.

Dixitalización e Transformación Intelixente

Big Data e IA

Predicción de demanda, personalización de campañas e optimización de prezos en tempo real.



Plataformas Colaborativas

Interacción multicanal e experiencias híbridas físico-dixitais.

Automatización e XR

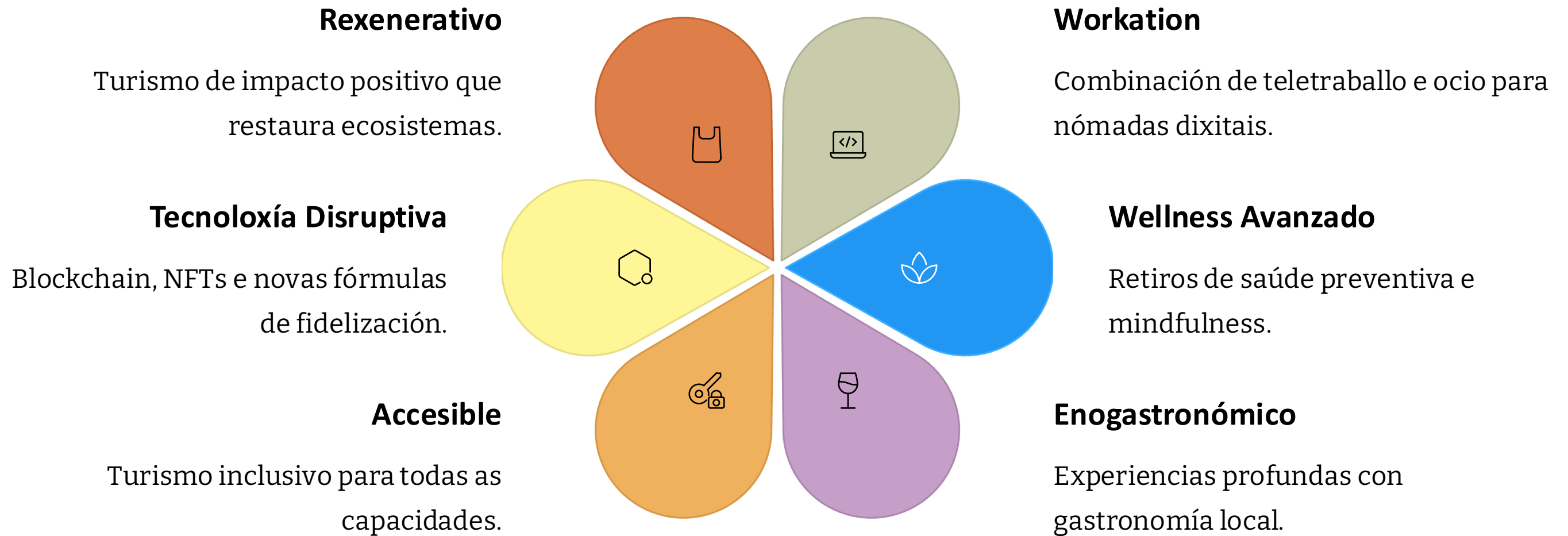
Check-in/out automático, chatbots e realidade estendida para experiencias inmersivas.

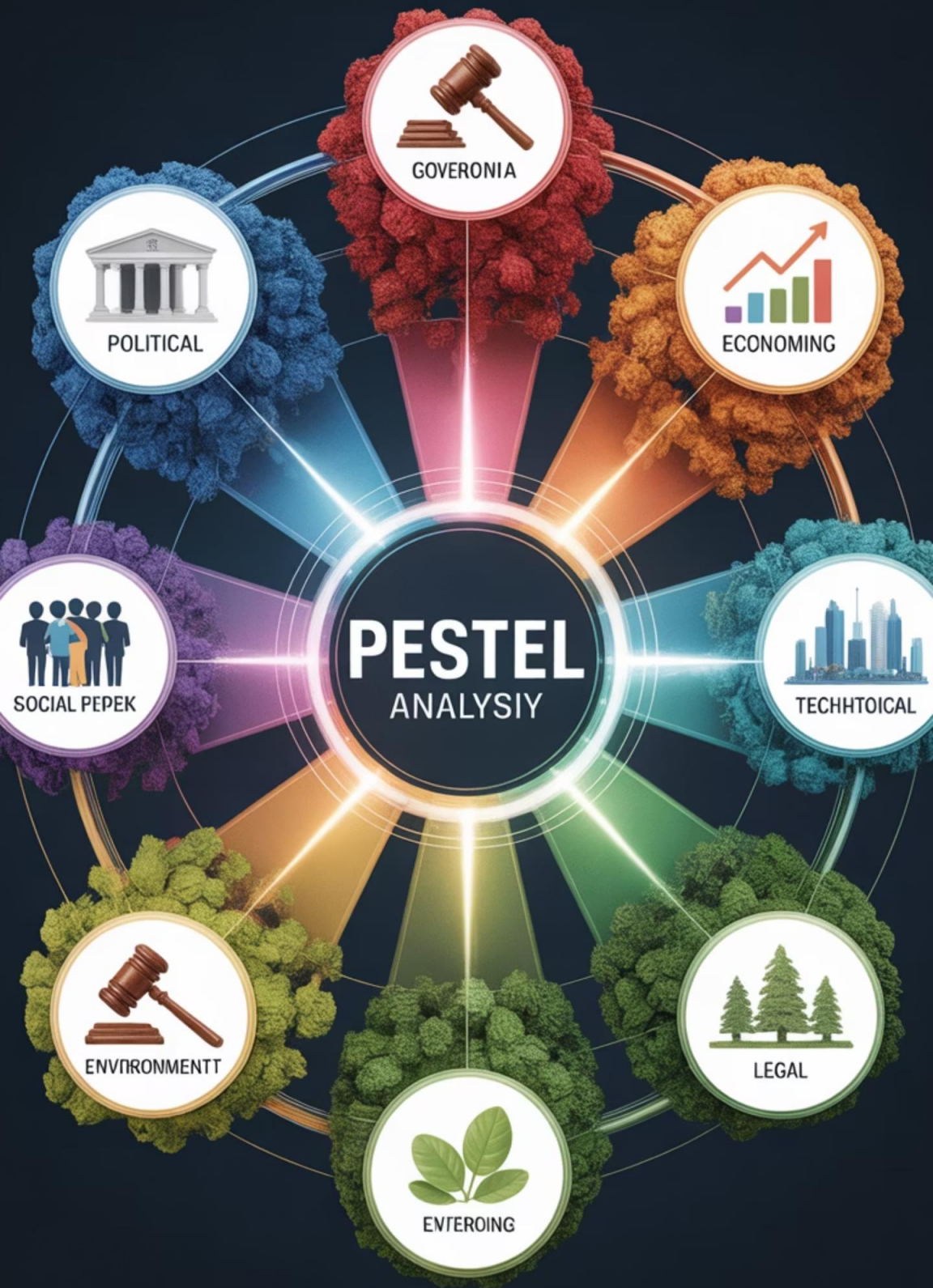


Ciberseguridade

Protección de datos persoais e seguridade en transaccións online.

Nichos Emerxentes





Análise PESTEL Avanzado

A avaliación de impactos regulatorios, ecolóxicos e tecnolóxicos é esencial para comprender cómo os factores macroambientais inflúen en modelos de negocio turísticos sustentables.

Impactos Regulatorios, Ecológicos e Tecnolóxicos en Modelos de Negocio Turísticos Sostibles

Impactos Regulatorios



Certificacións Sustentables

Biosphere destinations, normativas de descarbonización e xestión enerxética europea.



Protección de Datos

GDPR europeo e Package Travel Directive para transparencia e dereitos do consumidor.



Plataformas Colaborativas

Regulación de fiscalidade, licenzas e zonificación urbana para alugueres turísticos.



Incentivos a Innovación

Acceso a axudas públicas e programas de financiamento para prácticas sustentables.

Impactos Ecológicos

Medición de Pegada

Estrategias de eficiencia energética, reducción de CO2 e gestión responsable de recursos hídricos.

Economía Circular

Reutilización de recursos, reciclaje e valorización de residuos en alojamiento e restauración.

Mobilidade Baixa en Carbono

Vehículos eléctricos, transporte ferroviario, rutas peonís e ciclistas.

Capacidade de Carga

Gestión de visitantes en ecosistemas frágiles con monitoreo automatizado.

Impactos Tecnolóxicos



Big Data e IA

Predicción de demanda, personalización de experiencias e xestión eficiente de recursos.



Blockchain

Trazabilidade de servizos responsables, reservas seguras e contratos intelixentes.



AR e VR

Marketing inmersivo, exploración previa de destinos e actividades interactivas.



Participación Cidadá

Plataformas dixitais para cocreación de experiencias e xestión sustentable.

Normativas Futuras

Transición Climática

Enerxías renovables, eficiencia enerxética e mobilidade de baixas emisións. Reporting ESG obrigatorio.

1

2

Gobernanza Dixital

Reforzo de privacidade, ciberseguridade e consentimento informado en servizos contactless.

3

Ordenación do Aloxamento

Regulación de licenzas, zonificación, fiscalidade e cupos para alugueres turísticos.

4

Consumo Responsable

Etiquetaxe ambiental, información precontractual e certificacións de sustentabilidade.

Patentes Relevantes en Automatización

Visión por Computador

Detección de checkout, sincronización de limpieza con PMS. Patentes US12167174B2.

Check-In Autónomo

Verificación de identidad biométrica e gestión de claves. US20230186177A1.

IoT Contextual

Activación automática de servicios por presencia na rede. US9130934B2.

Control por Voz

Asistentes virtuais para temperatura, iluminación e confort. US20180211666A1.

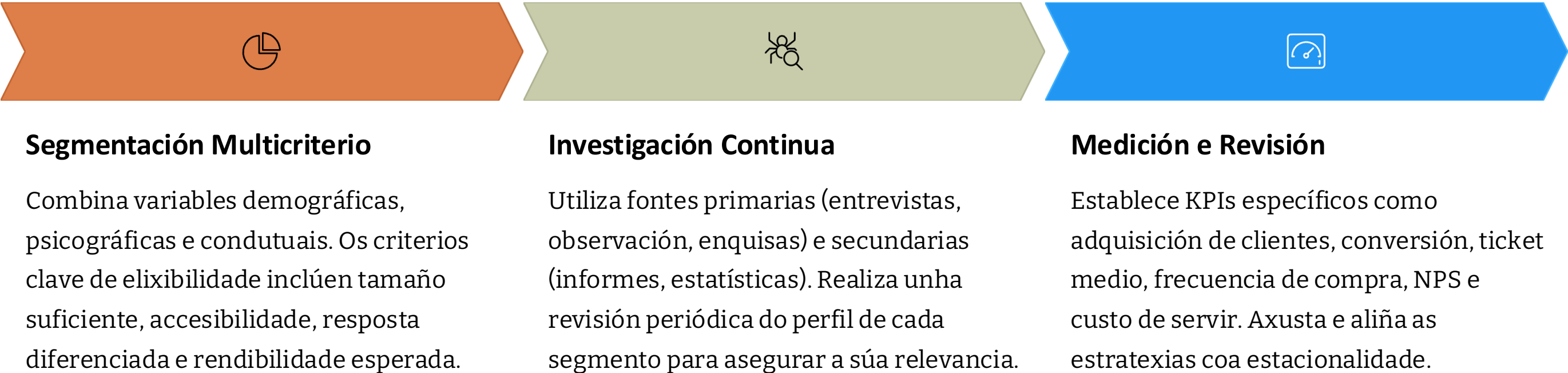
Análise Interno

Segmentación Estratégica e Construcción
Construcción de Buyer Persoa Avanzado
Avanzado



Caracterización Profunda de Segmentos: Motivación, Potencialidade, Perfil Experiencial

Enfoque de Segmentación Avanzada



Motivación: Motores de Elección



Motivacións Funcionais

- Conveniencia
- Prezo percibido xusto
- Accesibilidade
- Seguridade e fiabilidade



Motivacións Emocionais e Simbólicas

- Autenticidade
- Pertenza
- Recoñecemento social
- Benestar e aprendizaxe



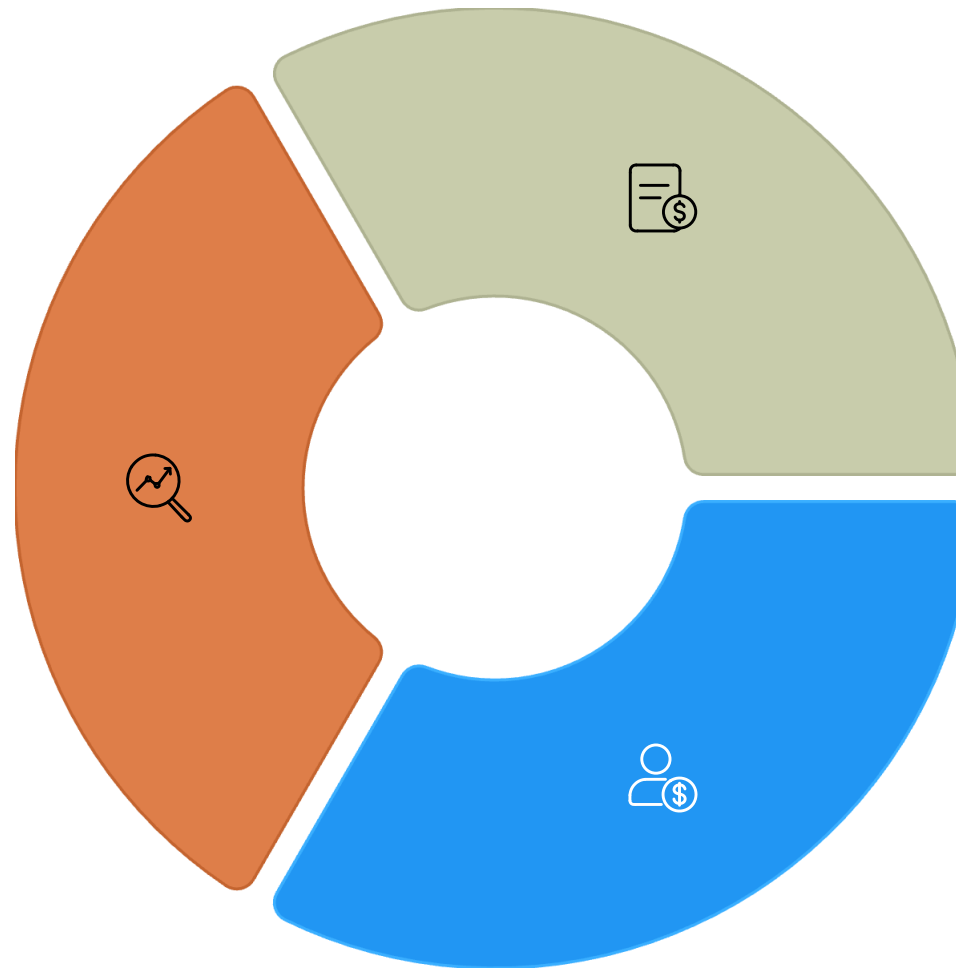
Barreiras e Friccións

- Incertidume
- Risco percibido
- Complexidade de reserva
- Exceso de opcións

Potencialidade: Valor Económico e Afinidade

Valor Actual e Potencial

- Analizar ticket medio, frecuencia e horizonte de relación.
- Identificar segmentos de alto crecemento ou afinidade coa marca.



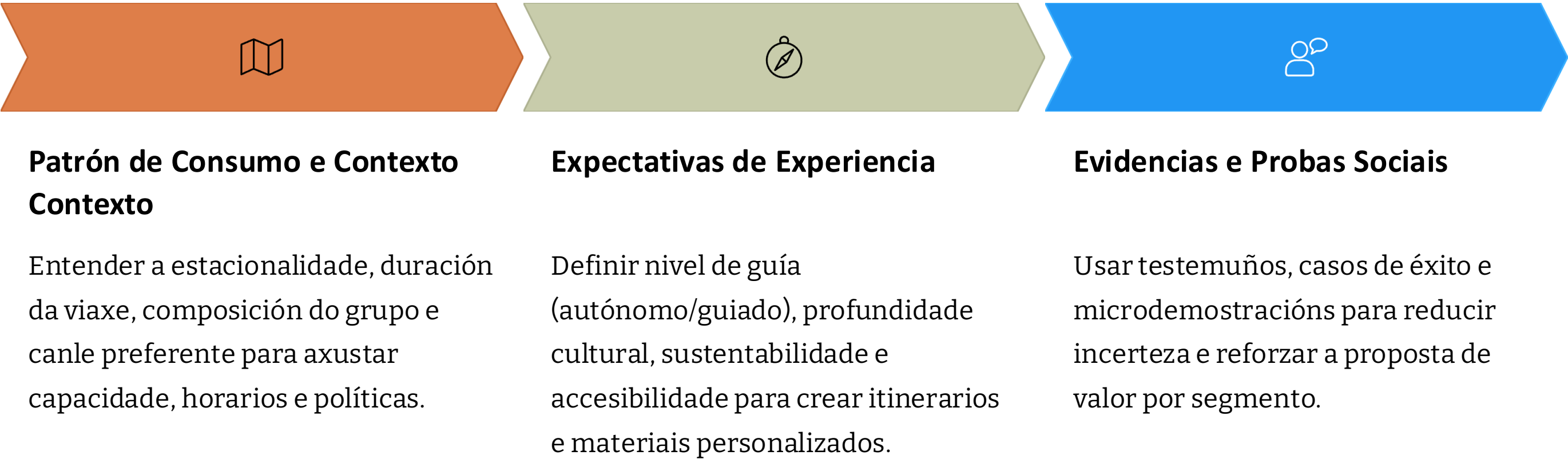
Custo de Servir e Elasticidade

- Avaliar custo unitario por canle e sensibilidade ao prezo.
- Maximizar upselling e crear bundles de valor.

Sinais de Madurez

- Observar multi-compra, recomendación e resposta a personalización.
- Fomentar lealdade e engagement con programas relacionais.

Perfil Experiencial: Deseño e Delivery



Plantilla de Buyer Persoa Avanzado (Turismo Sustentable)



Identidade e Contexto

Perfil demográfico, momento vital, acompañantes, orzamento, ventá temporal e restricións.



Motivacións Clave e Traballos Traballos a Realizar

Problema que resolve a viaxe, beneficios buscados, emocións esperadas.



Barreiras e Riscos

Dúbidas típicas e membros, limiares mínimos de calidade.



Comportamento Dixital e Canles

Fontes de información, rol de reviews.



Sinais de Valor e Potencial

Indicadores temperás de alta afinidade con turismo sustentable.



Utilización de Metodologías Innovadoras para Detección de Novas Necesidades

Permite ás empresas non só identificar novas oportunidades, senón tamén experimentar rapidamente con solucións, aprendendo continuamente dos clientes para axustar produtos, operacións e marketing.

Enfoques de investigación e escoita activa

Para detectar novas necesidades e mellorar continuamente, empregamos métodos de investigación e escoita activa clave:



Entrevistas e Observación Contextual

Técnicas cualitativas para comprender comportamientos y motivaciones. Identificamos fricciones, puntos de tensión y momentos de verdad, complementando con diarios de viaje y análisis de reseñas.



Enquisas Iterativas e Microtests

Enquisas breves en puntos de contacto físicos e dixitais. Recompilamos indicadores de satisfacción, disposición a pagar e intención de recompra para axustes áxiles e basados en datos actualizados.



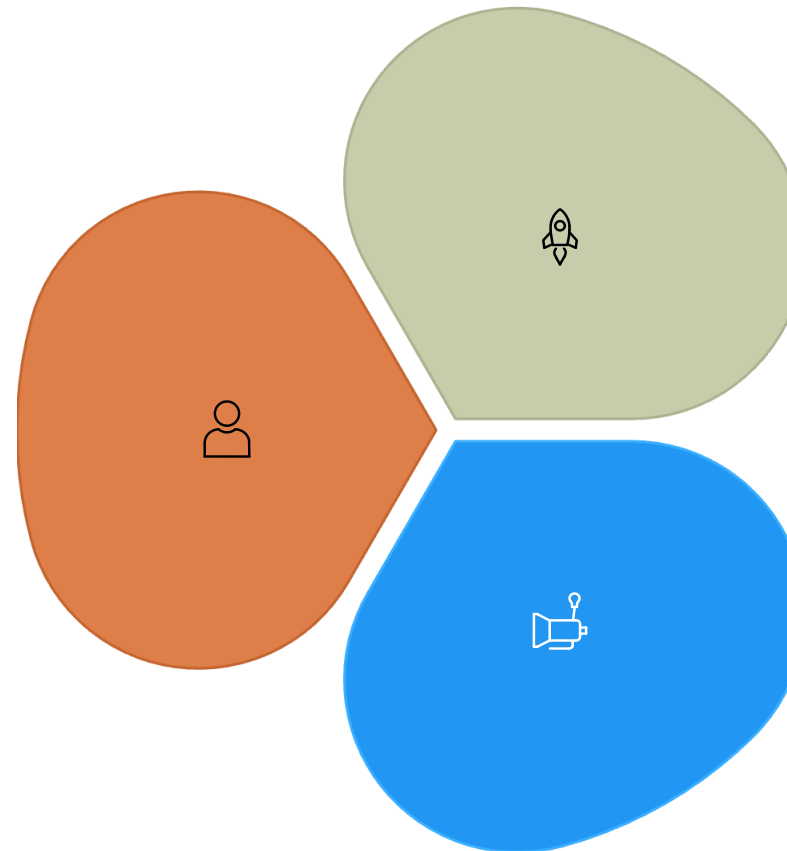
Social Listening e Reputación

Minería de comentarios en plataformas sociais e reseñas. Identificamos patróns de expectativas incumplidas e atributos de valor emerxentes, cun sistema de alertas para mellora continua.

Metodoloxías de innovación aplicadas ao turismo

Design Thinking e Jobs To Be Done Done

- Enfoque centrado no usuario.
- Identificamos "dores" e "ganancias" do viaxeiro.
- Cocreación, prototipado rápido e tests A/B para optimizar a oferta.



Lean Startup e Experimentación Controlada

- Formulamos hipóteses de valor, canles e prezos.
- Desenvolvemos MVP de experiencias turísticas.
- Medimos conversión, NPS e unit economics para iterar e pivotar áxilmente.

Service Blueprinting

- Visualizamos "frontstage" (cliente) e "backstage" (procesos).
- Identificamos pescozos de botella e oportunidades de dixitalización.
- Melloramos a eficiencia operativa sen comprometer a personalización.



Metodoloxía de deseño e optimización avanzada do buyer persoa en turismo

Ao basearse en datos reais obtidos dos turistas, integrar variables contextuais e realizar unha mellora continua, as empresas poden crear perfís precisos e dinámicos que lles permitan personalizar a experiencia dos visitantes, optimizar a xestión operativa e mellorar a satisfacción do cliente.

Construción do Buyer Persoa Basado en Feitos Reais



Relatos Directos

- Entrevistas e enquisas
- Experiencias reais



Redes Sociais

- Reseñas e mencións
- Feedback auténtico



Datos Operacionais

- KPIs e métricas
- Comportamento real

Validar as hipóteses con datos reais é crucial, evitando supostos internos para un buyer persoa preciso e dinámico.

Enriquecemento do Buyer Persoa: Variables Contextuais e Traballos por Facer



Contexto da Viaxe

Analiza os **problemas loxísticos** (transporte, aloxamento) e a **estacionalidade** (época do ano, clima) que inflúen na decisión do viaxeiro.



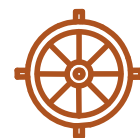
Noemí Natureza

O seu "Traballo por Facer" é **relaxarse** e conectar coa natureza, buscando gastronomía sustentables e experiencias ao aire libre.



Marco e Canle

Considera as **restriccións regulatorias** (visados, normativas) e a **canle de reserva preferido** (online, axencia) para cada perfil.



Sergio Spa

O seu "Traballo por Facer" é o **benestar** e a inmersión cultural, desfrutando de tratamentos e visitas a sitios históricos.

Ciclo de Mellora Continua e Buyer Persoas Vivos

Os buyer persoas non son estáticos; son ferramentas dinámicas que evolucionan con cada interacción. Implementa un ciclo de mellora continua para mantelos actualizados e asegurar a relevancia das túas estratexias de turismo.



Probar Hipótese con Experimentos de Baixo Custo

Lanza pequenas iniciativas para validar suposicións sobre as preferencias dos teus viaxeiros. Aprende rápido e axusta o rumbo con axilidade, minimizando riscos.



Micro-retrospectivas (Feedback Post-Servizo)

Recompila opinións detalladas despois de cada experiencia de viaxe. Este feedback directo é crucial para entender qué funciona, qué non e por qué.



Documentación de Aprendizaxes (Manuais e Checklists)

Formaliza os coñecementos adquiridos en guías e listas de verificación. Isto asegura a coherencia operativa e facilita a formación do equipo, transformando o coñecemento en acción.

Caso de Éxito: Galiwonders - Camiño de Santiago Personalizado

Galiwonders é unha axencia galega especializada en organizar experiencias únicas no Camiño de Santiago. O seu éxito radica nunha profunda comprensión e segmentación dos diferentes perfís de peregrinos.



Camiño Premium Internacional

Dirixido a viaxeiros de 45+ anos con alto poder adquisitivo, que buscan servizos exclusivos como aloxamentos boutique, gastronomía de alta calidade e guías privados.



Camiño Experiencial Xove

Enfocado en mozos adultos que valoran a flexibilidade, a conexión social e rutas adaptadas a un orzamento máis axustado, con opcións de aloxamento en albergues seleccionados e actividades grupais.

Metodoloxía Utilizada

01

Formularios de reserva personalizados con preguntas clave.

02

Análise exhaustiva de reviews e testemuños online.

03

Enquisas post-experiencia para captar feedback directo e preferencias futuras.



Competencia e Mercado Potencial

Estratexias Competitivas

Nun mercado turístico competitivo e en constante evolución, as empresas deben adoptar estratexias intelixentes para diferenciarse e posicionarse favorablemente. Exploraremos as principais estratexias que lles permiten ás organizacións turísticas destacar fronte aos seus competidores e crear valor único para os seus clientes.



Diferenciación

Esta estratexia busca ofrecer produtos ou servicios únicos que os clientes perciban como superiores ou diferentes aos da competencia. A diferenciación pódese levar en aspectos como a calidade, a exclusividade, a innovación na oferta, ou a atención personalizada.



Calidade Superior

Ofrecer experiencias de alta calidade que superen as expectativas do cliente.



Exclusividade

Crear ofertas únicas que non se atopen noutros lugares do mercado.



Innovación

Desenvolver propostas innovadoras que transformen a experiencia turística.



Atención Personalizada

Proporcionar un servicio adaptado ás necesidades individuais de cada cliente.

Exemplo: Unha empresa que ofrece experiencias turísticas sustentables, como rutas ecolóxicas e gastronómicas con produtos locais, destacando a autenticidade e o respecto polo medio ambiente.

Liderado en Custos

O obxectivo desta estratexia é ser o produtor ou proveedor máis eficiente, ofrecendo produtos ou servizos a prezos máis baixos que os competidores. Isto lograrase mediante a optimización de procesos, redución de custos operativos e aproveitamento de economías de escala.

Claves do Éxito

- Optimización de procesos operativos
- Redución de custos sen sacrificar calidade
- Aproveitamento de economías de escala
- Dixitalización e automatización



📄 **Exemplo:** Un aloxamento turístico que minimiza os seus custos operativos a través da dixitalización e a automatización de procesos, ofrecendo prezos atractivos sen sacrificar a calidade.



Focalización ou Enfoque

A estratexia de focalización implica concentrarse nun segmento de mercado específico e satisfacer as súas necesidades de forma máis efectiva que os competidores. Isto pode implicar unha combinación de diferenciación e liderado en custos, pero enfocado a un nicho particular do mercado.



Identificar o Nicho

Seleccionar un segmento específico do mercado con necesidades particulares.



Analizar Necesidades

Comprender profundamente as expectativas e desexos do segmento obxectivo.



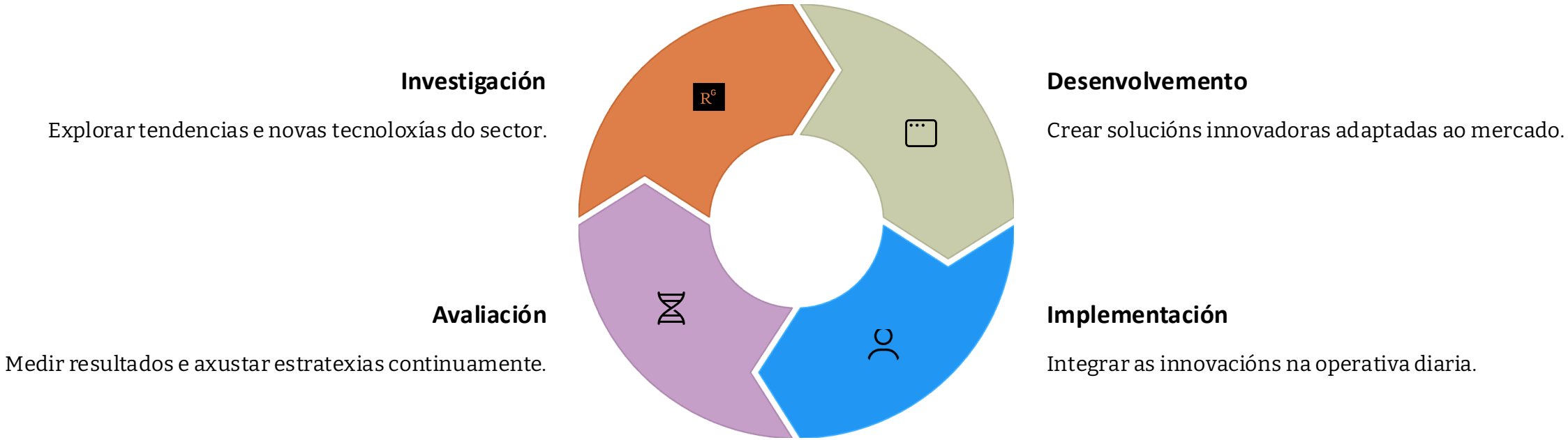
Personalizar a Oferta

Adaptar produtos e servizos especificamente para ese nicho de mercado.

Exemplo: Unha empresa que se especializa en turismo de benestar, ofrecendo retiros de ioga e mindfulness nunha contorna rural, dirixidos a turistas interesados na saúde e o benestar.

Innovación Continua

As empresas que adoptan esta estratexia buscan constantemente novas formas de innovar nos seus produtos, servizos e procesos, co fin de manterse por diante da competencia. A innovación pode ser tecnolóxica, de produto ou en modelos de negocio.



Áreas de Innovación

Tecnolóxica

Implementación de novas tecnoloxías como realidade aumentada, intelixencia artificial ou blockchain.

De Produto

Creación de novas experiencias e servizos turísticos únicos no mercado.

Modelos de Negocio

Desenvolvemento de formas innovadoras de xerar valor e monetizar servizos.

Innovación Continua

Exemplo Práctico



Un operador turístico que implementa tecnoloxía avanzada como a realidade aumentada para enriquecer a experiencia dos seus visitantes en rutas culturais.

Beneficios da Innovación

- Experiencias máis inmersivas e memorables
- Diferenciación clara fronte a competidores
- Maior satisfacción do cliente
- Posicionamento como líder tecnolóxico

85%

Satisfacción

Os clientes valoran as experiencias innovadoras.

3x

Recomendacións

Maior probabilidade de recomendar servizos innovadores.

40%

Vantaxe Competitiva

Incremento na diferenciación do mercado.

Alianzas Estratégicas

As alianzas estratégicas permiten ás empresas combinar recursos, coñecementos e capacidades para acceder a novos mercados, compartir custos e mellorar a súa competitividade. Estas alianzas poden incluír asociacións con provedores locais, institucións ou mesmo competidores.

Provedores Locais

Colaboración con empresas locais para ofrecer experiencias auténticas e apoiar a economía rexional.

Institucións

Asociacións con organismos públicos para desenvolver proxectos de promoción turística conxunta.

Outras empresas

Alianzas con empresas complementarias para crear paquetes turísticos integrais e completos.

Exemplo: Unha cadea de hoteis que se asocia con empresas de transporte local para ofrecer paquetes turísticos completos que inclúan aloxamento, traslados e actividades.

Resumo de Estratexias Competitivas

As empresas turísticas dispoñen de múltiples estratexias para acadar o éxito nun mercado competitivo. A clave está en seleccionar a estratexia máis adecuada segundo os recursos, capacidades e obxectivos de cada organización.

01	02	03
Diferenciación	Liderado en Custos	Focalización
Ofrecer produtos únicos y superiores que destaquen en el mercado.	Ser o proveedor máis eficiente con prezos competitivos.	Concentrarse en nichos específicos do mercado.
04	05	
Innovación Continua	Alianzas Estratéxicas	
Manterse á vangarda con melloras constantes.	Colaborar para crear valor compartido e expandir capacidades.	

 **Conclusión:** O éxito empresarial no sector turístico require unha estratexia competitiva clara, ben executada e adaptada continuamente ás condicións cambiantes do mercado.



**Factores
diferenciales e
vantaxes competitiv
as mediante
benchmarking**

Detección de factores diferenciais e vantaxes competitivas a partir de Benchmarking Avanzado

Factores Clave de Éxito

Accesibilidade

Facilidade para turistas de acceder a destino e servizos.

Reputación

Imaxe de marca e confianza xerada en clientes.

Tempos de Resposta

Rapidez en atención desde reservas ata servizo ao cliente.

Sustentabilidade Operativa

Xestión eficiente e respectuosa de recursos.

Integración Dixital

Adopción de tecnoloxías para optimizar experiencia e operacións.

Metodoloxía para Detectar Vantaxes Competitivas

01

Mapear Cadea de Valor

Identificar procesos clave en marketing, operación e soporte ao cliente.

02

Establecer Indicadores

Tempo de resposta, conversión, ticket medio, NPS, ocupación, custo de servir.

03

Analizar Valor vs. Non Valor

Descompoñer procesos para maximizar actividades que xeran valor percibido.

De Diferenzas a Vantaxe Competitiva

As vantaxes competitivas son diferenciadores clave que impulsan a rendibilidade e o valor para o turista.



Especialización

Produtos únicos para nichos (ecoturismo, gastronómico).



Excelencia Operativa

Respostas rápidas, servizo impecable e experiencias memorables.



Experiencias Co-creadas

Turistas participan activamente na súa propia experiencia.



Calidade e Flexibilidade

Calidade constante con personalización para segmentos.



Alianzas Estratéxicas

Colaboración con aliados para unha oferta integral.

Escoita Activa

Metodoloxía de Entrevistas

Preparación

- Definir obxectivos concretos
- Segmentar perfís
- Elaborar guións flexibles

Execución

- Crear clima de confianza
- Escoitar activamente
- Evitar influír respostas

Análise

- Transcribir relatos
- Identificar patróns
- Retroalimentar ao equipo

Enquisas de Experiencia

Deseño

Combinar preguntas pechadas e abertas. Medir satisfacción, importancia de atributos e NPS.

Mostra e Frecuencia

Tamaño representativo de microsegmentos. Aplicar en momentos críticos da viaxe.

Análise

Ferramentas estatísticas para cruzar resultados. Priorizar intervencións segundo gaps.

Soluciones a Problemas Detectados

Información e Confianza

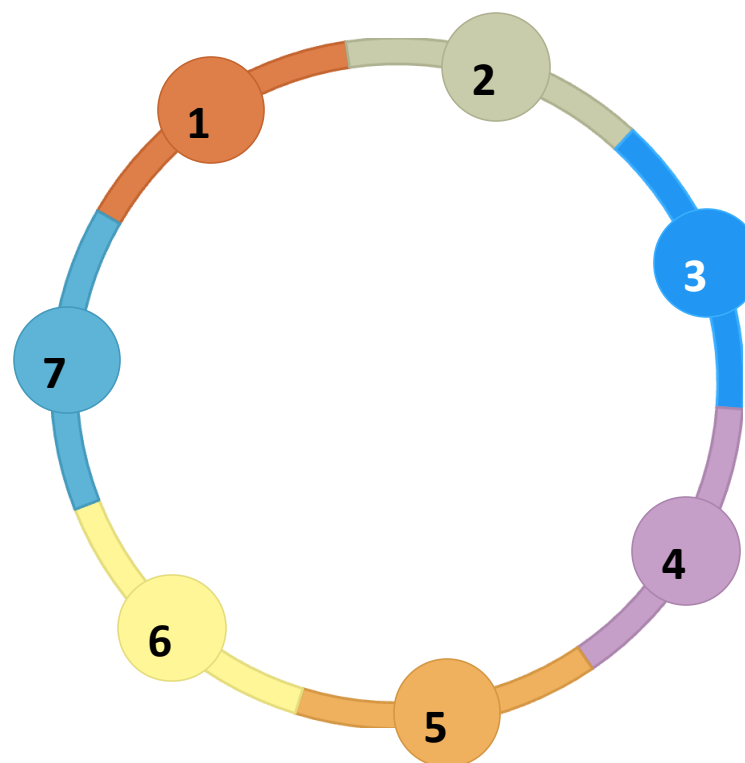
Microcontidos, FAQ, simuladores, garantías visibles e probas sociais accionables.

Calidade e Aseguramento

Procedementos e controis de calidade continuos. Protocolos de pos-servizo e recuperación de queixas.

Comercialización e Canle

Mix de distribución adaptado a preferencias do cliente. Marketing personalizado "One-to-One".



Accesibilidade

Lectura fácil, contraste, alternativas de percorrido, acompañamento e opcións sensoriais.

Fricción Operativa

Estandarización con flexibilidade, ventás escalonadas, confirmacións automáticas.

Personalización

Paquetes modulares, add-ons por microsegmento e programas relacionais por valor.

Datos e Analítica

Paneis por segmento en tempo real para ROI e satisfacción. Tests de prezo dinámicos.



Organización e Xestión Operativa



Plan Loxístico Avanzado

Céntrase na innovación tecnolóxica, a flexibilidade e a sustentabilidade. Estes elementos son esenciais para lograr unha maior eficiencia operativa, adaptándose á volatilidade da demanda e aos desafíos da experiencia do cliente.

Innovación en Procesos de Aprovisionamiento, Almacenamiento e Layout Operativo

Innovación en Aprovisionamiento

Integración Dixital

Nube, IoT e blockchain para xestión automatizada de pedidos e monitorización en tempo real.

Sincronización Dinámica

Analítica avanzada para axustar frecuencia e volume segundo patróns estacionais.

Colaboración Transversal

Alianzas con produtores locais e circuítos curtos para sustentabilidade.

Innovación en Almacenamiento

Espazos Modulares

Smart warehouses con layout flexible para adaptarse a necesidades do momento.

Digital Twin

Xemelos dixitais e sensores para monitorización continua e anticipación de puntos críticos.



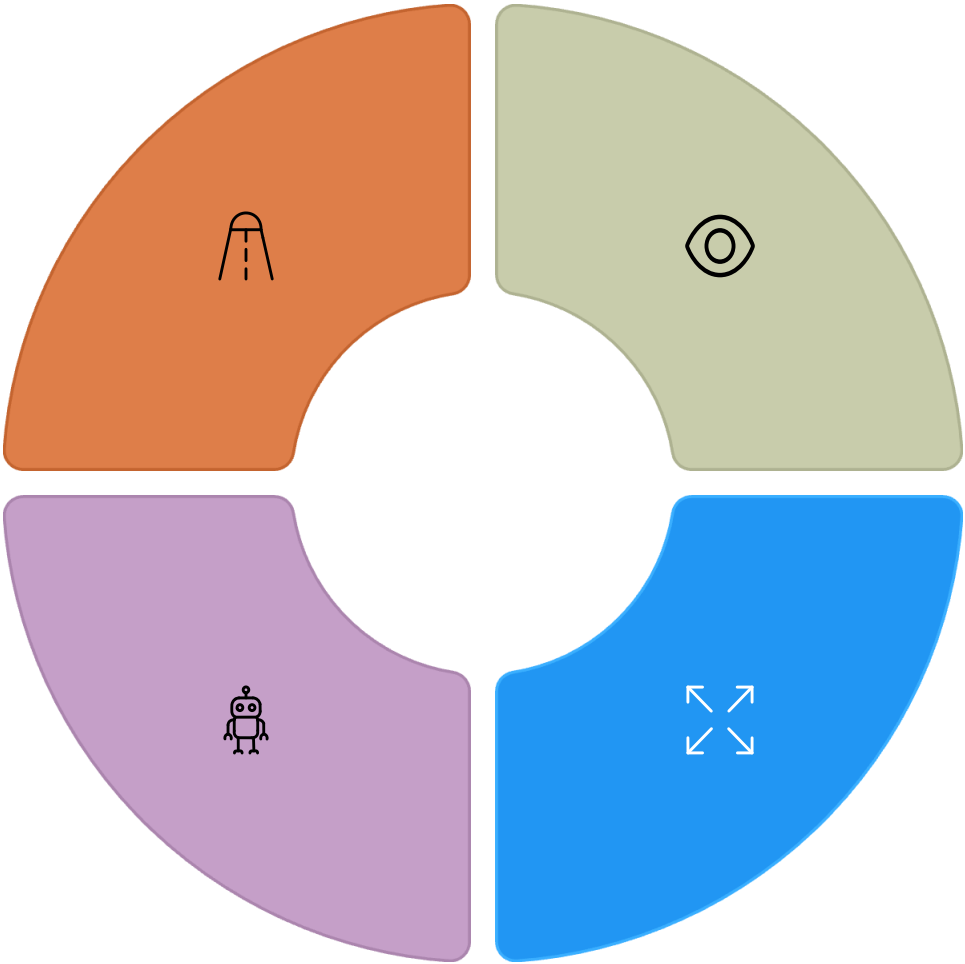
Innovación en Layout Operativo

Fluxos Optimizados

Percorridos curtos, transparencia e accesibilidade universal.

Automatización

Puntos críticos automatizados para optimizar tempos.



Gestión Visual

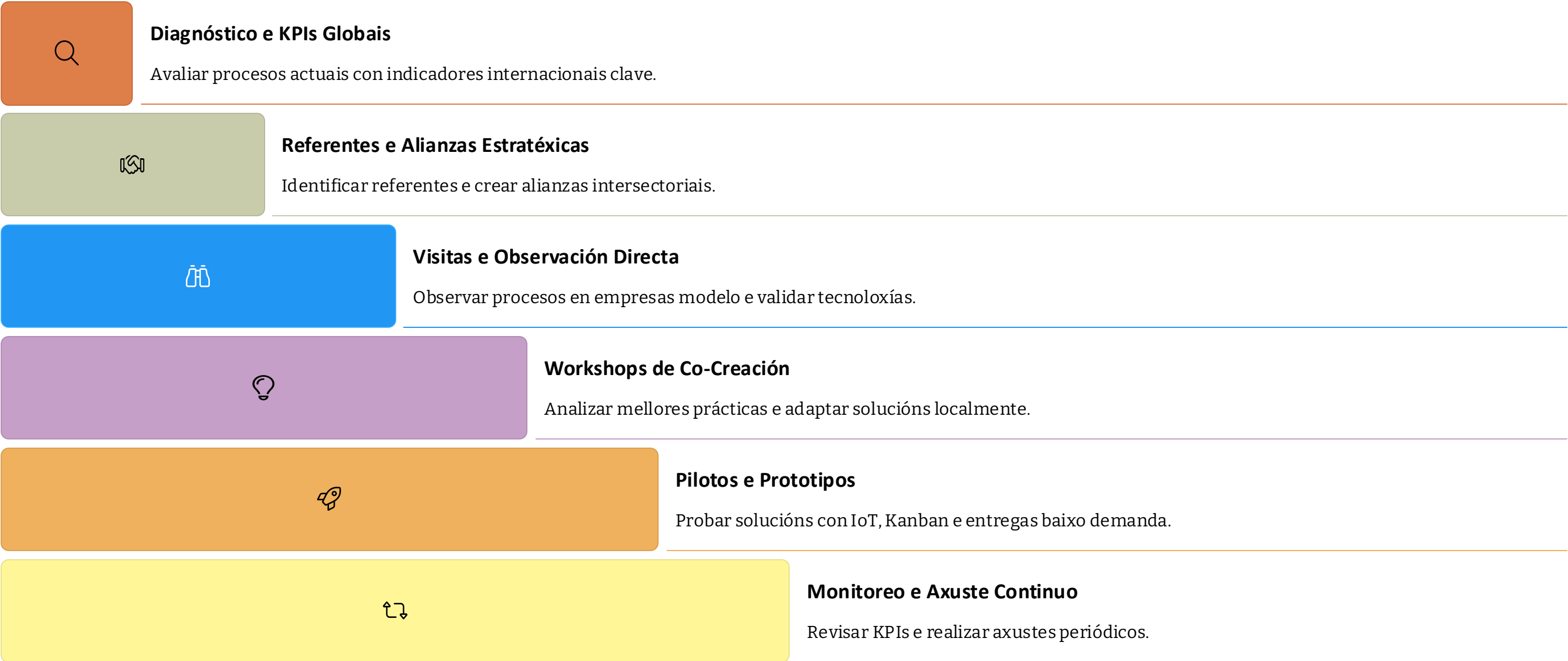
Kanban e paneis interactivos para coordinación eficiente.

Escalaibilidad

Diseños modulares adaptables a cambios estacionales.

Dinámicas para Integrar Benchmarking e Tendencias Internacionais

Fases e Dinámicas de Benchmarking Loxístico Avanzado



Tendencias Internacionais Clave a Integrar



Automatización e Integración Dixital

WMS, TMS, IoT e xemelos dixitais para visibilidade e decisións en tempo real.



Loxística Sostible

Flotas eléctricas, packaging ecolóxico e redución de emisións para turismo responsable.



Analítica Avanzada e AI

Optimización predictiva de demanda e aprovisionamento eficiente.



Layouts Flexibles e Escalables

Infraestruturas modulares adaptables a cambios estacionais e picos de demanda.

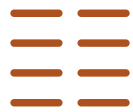


Colaboración Intersectorial

Alianzas entre turismo, transporte y retail para sinergias e innovación.

Caso de Éxito: SuitesNature Galicia

SuitesNature Galicia é unha empresa galega de aloxamento turístico que destaca polo seu avanzado modelo loxístico e o seu compromiso coa sustentabilidade.



Aprovisionamento e Almacenamento

Alianzas con provedores locais e ecolóxicos, tecnoloxías de control de stock en tempo real, espazos modulares e flexibles.



Layout Operativo

Deseño físico baseado en benchmarking internacional eco-premium, fluxos optimizados para check-in/out dixitalizado, solucións domóticas.



Integración de Benchmarking

Participa en redes internacionais de aloxamento sustentable.

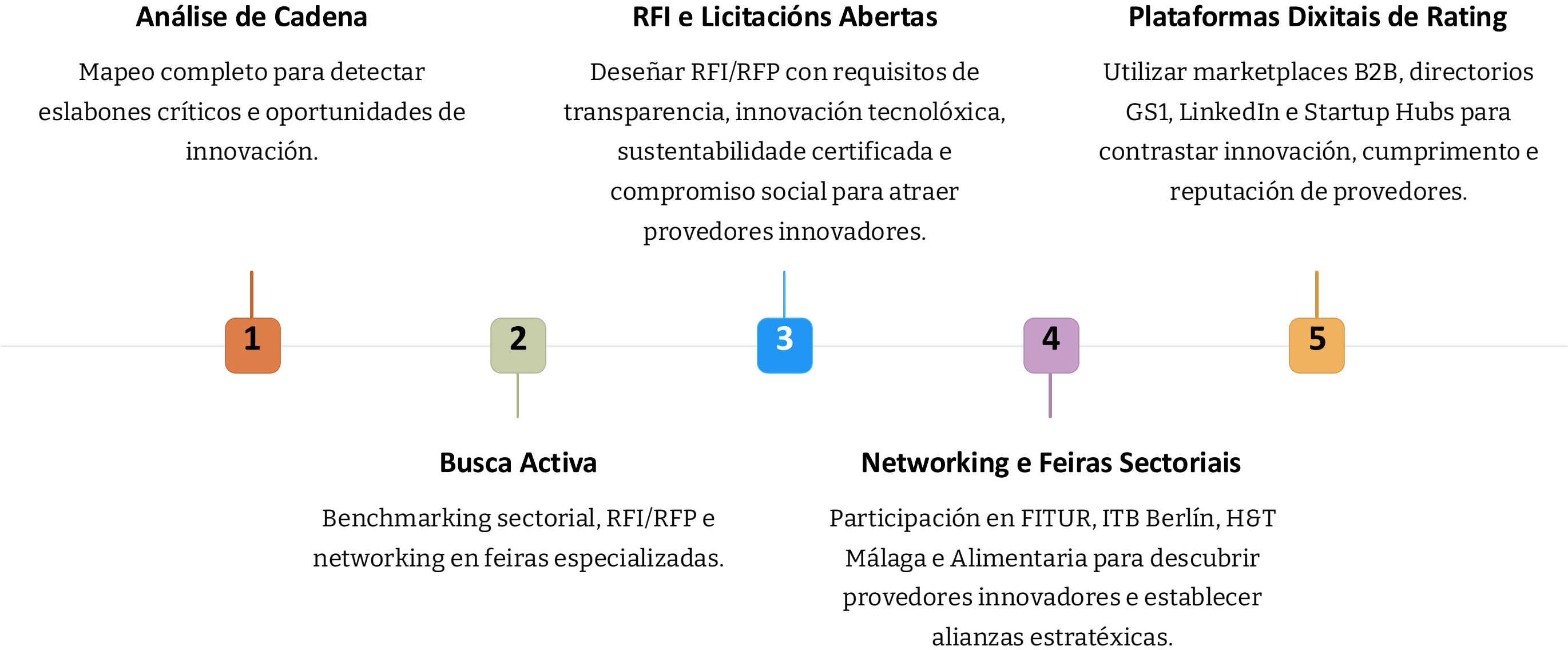
Incorpora prácticas de xestión loxística, dixitalización de reservas e layout de destinos referentes en Europa.

Xestión de provedores provedores e compras compras

O enfoque proactivo e sistémico na xestión da cadea de subministración, apoiado pola excelencia operativa, a dixitalización e a sustentabilidade, permite que as empresas turísticas non só melloren a calidade dos seus servizos, senón que tamén optimicen custos e reduzan o seu impacto ambiental.



Técnicas para Identificar Provedores Innovadores



Xestión Eficiente da Cadea de Valor Turística



Modelo Porter Adaptado

Optimización transversal de Aproximación, Operacións, Loxística, Comercialización e Posvenda para reducir tempos e mellorar calidade.



Avaliación e Control

Medición de KPIs de calidade, prazos, innovación e sustentabilidade con revisións periódicas e auditorías.



Integración Dixital

Uso de ERP, TMS e WMS para xestión en tempo real, automatización e KPIs predictivos.



Flexibilidade e Resiliencia

Selección de provedores polivalentes, con plans de continxencia e capacidade de escalabilidade.



Alianzas Estratéxicas

Codesenvolto con provedores, establecendo contratos por resultados e obxectivos compartidos.



Plan de Persoal e Desenvolvemento de Competencias

Esixe un enfoque integral que estea aliñado cos valores e demandas actuais do mercado. Este enfoque debe ter en conta a motivación, a formación, a retribución e o clima laboral, adaptados ás competencias e perfís clave dentro do sector.

Motivación Adaptada a Perfís Clave

Incentivos Flexibles

Bonos por logros, flexibilidad horaria, formación continua e programas de bienestar.

Plans de Carreira

Rutas de progreso claras con feedback frecuente e proxectos transversais.

Recoñecemento Inmediato

Sistemas de agradecemento visible e premios por sustentabilidade e innovación.

Formación Continua e Desenvolvemento Competencial



Diagnóstico Anual

Cuestionarios, entrevistas e avaliacións de desempeño para identificar necesidades.



Mix de Modalidades

Presencial, online e learning by doing con rotación de postos.



Soft Skills

Comunicación, traballo en equipo, creatividade, resiliencia e liderado inclusivo.



Formación Cruzada

Polivalencia para roles flexibles segundo variacións de demanda.

Retribución Innovadora

Paquetes Individualizados

Beneficios personalizables: aloxamento, manutención, transporte, conciliación.

Equidade e Transparencia

Comunicación clara de criterios e revisións periódicas de competitividade.

Retribución Ligada a Desempeño e Obxectivos de Sustentabilidade

Bonificación baseada na satisfacción do cliente (NPS), recomendación e fidelización, e implicación ambiental e social responsable.

Clima Laboral e Benestar

No sector turístico, un clima laboral positivo é crucial para a satisfacción do empregado e, por ende, para a calidade do servizo ao cliente e a reputación da marca.



Medición Sistemática do Clima Laboral

Enquisas periódicas, focus groups e entrevistas de saída para un feedback directo que detecte áreas de mellora.



Políticas de Igualdade e Diversidade

Protocolos de igualdade de xénero e anti-discriminación que fomentan un contorno inclusivo, cohesión e rendemento.



Espazos e Tempos para Feedback e Co-Creación

Reunións breves, grupos de mellora e team building que reforcen a cohesión e detecten ideas innovadoras.

Estratexias de Recrutamento e Selección

Recrutamento con Enfoque Dixital, Sostible e de Experiencia



Canles Dixitais

LinkedIn, portais sectoriais, feiras virtuais, bolsas universitarias, motores de busca automatizados



Nichos de Talento

Alianzas con centros de formación, másteres especializados, programas de prácticas duais, convenios con asociacións de colectivos



Recrutamento Interno Proactivo

- Programas de polivalencia e plans de carreira
- Retén talento e fortalece compromiso organizacional

Selección por Competencias e Valores



Definición de Competencias Clave

- Habilidades brandas: comunicación, flexibilidade, empatía
- Competencias dixitais: PMS, apps, blockchain
- Idiomas, sensibilidade ambiental, foco en experiencia do cliente



Criterios de Sustentabilidade e Experiencia

- Avaliación en retos reais de sustentabilidade
- Redución de impacto ambiental
- Creatividade e aplicabilidade de solucións



Avaliación por Simulación e Casos

- Entrevistas estruturadas e assessment centers
- Role playing con dixitalización e xestión de crise
- Casos prácticos de sustentabilidade



Diversidade e Equidade

- Evitar sesgos discriminatorios
- Equipos multidisciplinares e multilingües
- Novas perspectivas e adaptabilidade

Proceso Estructurado e Seguido



Definición Clara de Perfís

- Perfís axustados e actualizados a tendencias do turismo sustentable



Comunicación Transparente

- Misión, valores e propostas de desenvolvemento claras
- Conciliación laboral e bienestar



Avaliación Multinivel

- Valoración por parte de RRHH, responsables directos e líderes de proxecto



Plan de Acollida e Seguimento

- Formación en dixitalización, sustentabilidade e experiencia cliente
- Feedback temperá para integración



Medición de Eficacia

- Rotación, desempeño a 3-6 meses
- Satisfacción do persoal
- Ratios de conversión de vacantes

Implementación de Políticas Internas e Compliance

Compliance Avanzadas

Políticas Internas Sustentables



Propósito e Valores

- Aliñar propósito e valores con sustentabilidade.
- Fixar obxectivos (social, ambiental, económico).



Diagnóstico de Impacto

- Avaliar impactos (residuos, auga, enerxía, CO2).
- Diseñar plans de mitigación.



Plan Integral

- Establecer KPIs e protocolos (emisións, recursos, igualdade).
- Mecanismos de seguimiento e mellora continua.



Formación e Comunicación

- Formación continua en sustentabilidade.
- Comunicación interna clara e canles seguras.

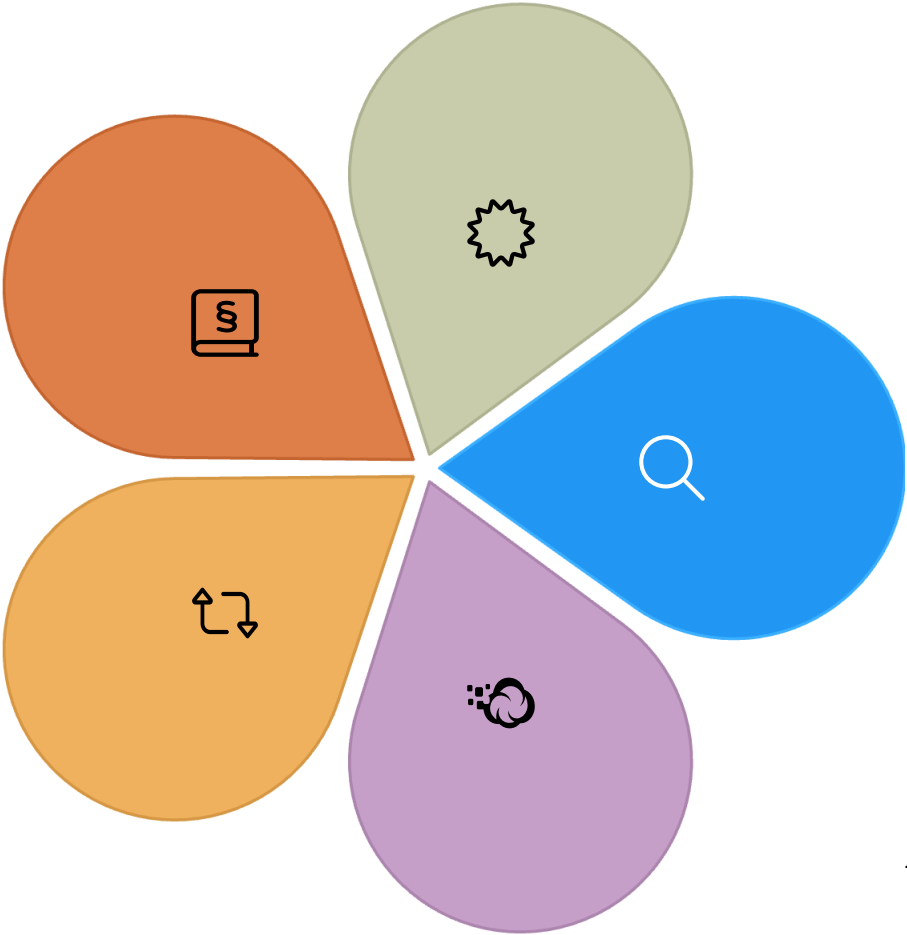
Compliance e Regulación Sectorial

Cumplimento Legal

Sustentabilidade, protección de datos, dereitos laborais, accesibilidade.

Actualización Continua

Políticas actualizadas, Aliñación legal, Proactividade regulatoria.



Estándares e Certificacións

GSTC, Biosphere, ISO 14001.
Diferenciación de mercado.

Auditorías e Transparencia

Auditorías periódicas, Canle de denuncias, Revisión de procedimientos.

Protocolos Antidiscriminación

Ambiente inclusivo, Xestión documentada, Prácticas auditable.

Integración Transversal e Cultura Organizativa



Sustentabilidade e Compliance como Cultura Organizativa

- Comunicación interna: bienvenida, formación, campañas
- Visibilidade de logros: certificacións e recoñecementos
- Compromiso ético visible para empregados e stakeholders



Involucrar Proveedores e Colaboradores

- Cadea de valor sustentable
- Alianzas estratéxicas con cláusulas sustentables
- Economía circular
- Redución do impacto ambiental

Caso de Éxito: Parque Nacional de Doñana (Andalucía)



Formación e Desenvolvemento

- Capacitación en sustentabilidade e ecoturismo.
- Concienciación sobre importancia ecolóxica de Doñana.



Selección e Motivación

- Contratación aliñada con conservación.
- Políticas de benestar e recoñecemento.
- Fomento de ambiente colaborativo.



Compliance e Mellora Continua

- Adherencia a normativa ambiental.
- Monitoreo de impacto turístico.
- Mecanismos de feedback e adaptación.



Operativa e Cumprimento

A planificación intelixente de quendas, os reforzos operativos e a xestión eficiente dos picos de demanda son esenciais para asegurar tanto a calidade operativa como o cumprimento normativo no sector turístico.

Protocolos Avanzados de Quendas e Reforzos

Sistemas Dixitais

Software de xestión para quendas flexibles segundo demanda prevista e estacionalidade.

Planificación Preventiva

Análise históricas e simulación de escenarios para anticipar picos.

Reforzo Áxil

Bolsa de persoal polivalente activable mediante avisos automatizados.

Clima Laboral

Rotación equitativa, pausas modulares e prevención de riscos psicosociais.

Estratexias de Mellora Continua en Xestión de Incidencias

01

Sistemas Tecnolóxicos

Plataforma dixital para rexistro, seguimento e trazabilidade de incidencias.

03

Formación e Simulacros

Preparación en xestión de emerxencias: saúde, clima, seguridade, reputación.

02

Monitorización Constante

Ciclos preventivos e correctivos con análise de causas raíz.

04

Comités Interdisciplinares

Coordinación eficiente entre departamentos e comunicación efectiva.

Cumprimento Normativo

Documentación

- Protocolos internos actualizados
- Checklists normativos
- Aliñación con lexislación vixente

Indicadores e Reporting Reporting

- Número de incidencias resoltas
- Tempo de resposta
- Cumprimento de prazos legais
- Satisfacción de usuarios



Conclusións

Análise Integral

A análise exhaustiva de mercado, tendencias e segmentos é a base para decisións estratéxicas acertadas.

Innovación Continua

A adopción de tecnoloxías emerxentes e benchmarking avanzado xera vantaxes competitivas sustentables.

Sustentabilidade Transversal

Integrar criterios ESG en toda a cadea de valor é esencial para o turismo do futuro.

Xestión Operativa Eficiente

Optimizar loxística, persoal e cumprimento normativo garante calidade e rendibilidade.

Experiencia do Cliente

A personalización, accesibilidade e escoita activa son claves para a satisfacción e fidelización.

Reflexión e Tendencias Futuras

O sector turístico atópase nun momento de transformación profunda, impulsado pola dixitalización, a sustentabilidade e as novas expectativas dos viaxeiros.

2030

Horizonte Estratégico

As empresas débense preparar para un mercado onde a sustentabilidade será obrigatoria, non opcional.

100%

Dixitalización

A integración dixital completa será estándar en todos os puntos de contacto co cliente.

ESG

Criterios ESG

Os criterios ambientais, sociais e de gobernanza serán determinantes para acceder a financiamento.

"O turismo do futuro será rexenerativo, dixital e inclusivo, ou non será competitivo no mercado global."

TAREFAS



- Elaborar PESTEL
- Análise Benchmark
- Identificación do buyer persoa
- Selección da estratexia competitiva
- Definición do capital humano: RRHH



 www.anllons.creacionexperiencias.com

 gestionproyectos@anllons.creacionexperiencias.com

 Tel.: 625 54 77 48