



B L U E
T O U R I S M

**Paquete de recursos
para asesores**
área de competencia 8
**innovación y
transformación digital**

desarrollado por **CARDET**



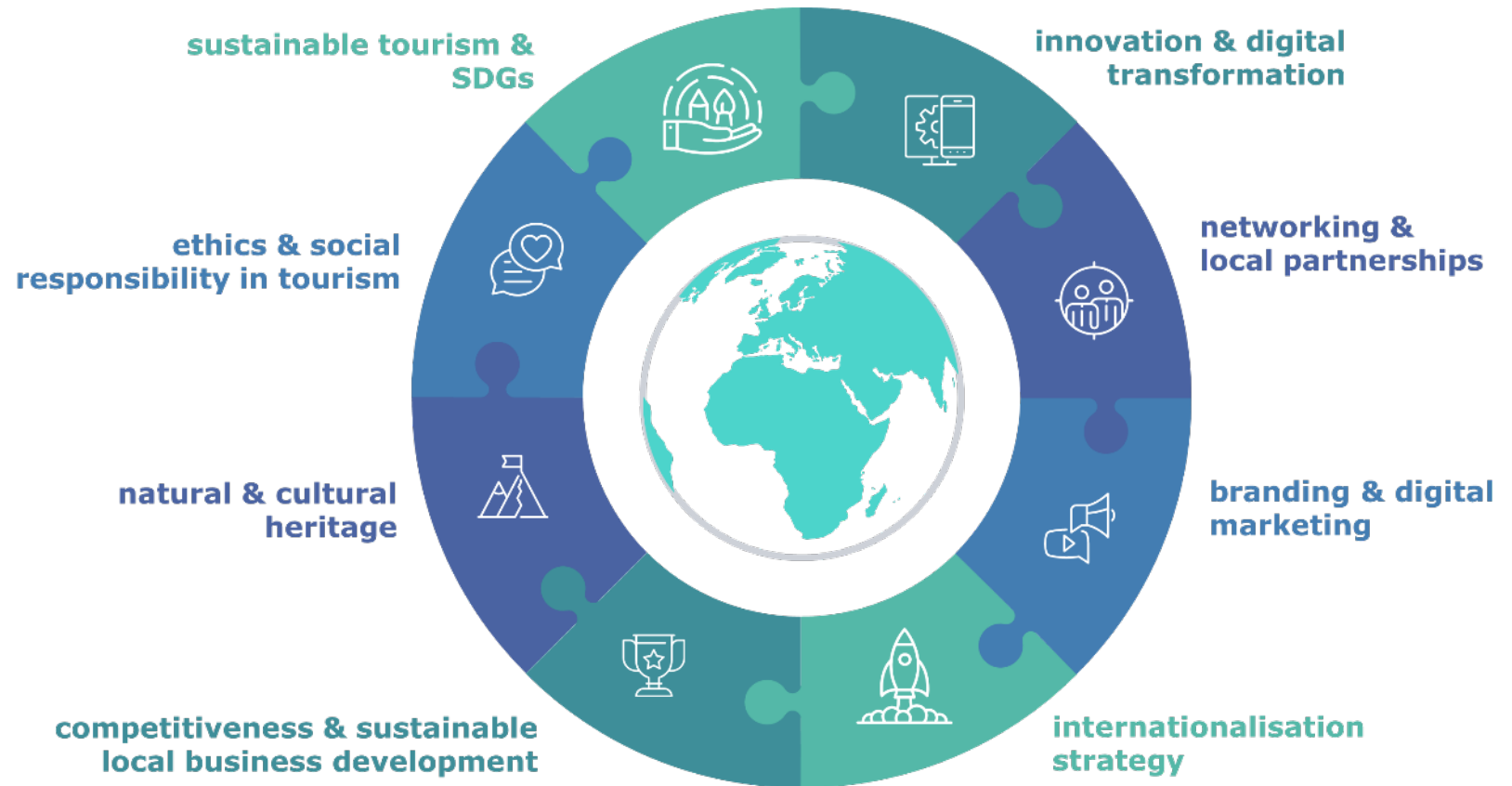
Cofinanciado por
la Unión Europea

Paquete de recursos para asesores: introducción

Dirigido a:

- Asesores en turismo sostenible
- Proveedores de EFP
- Pequeños proveedores turísticos

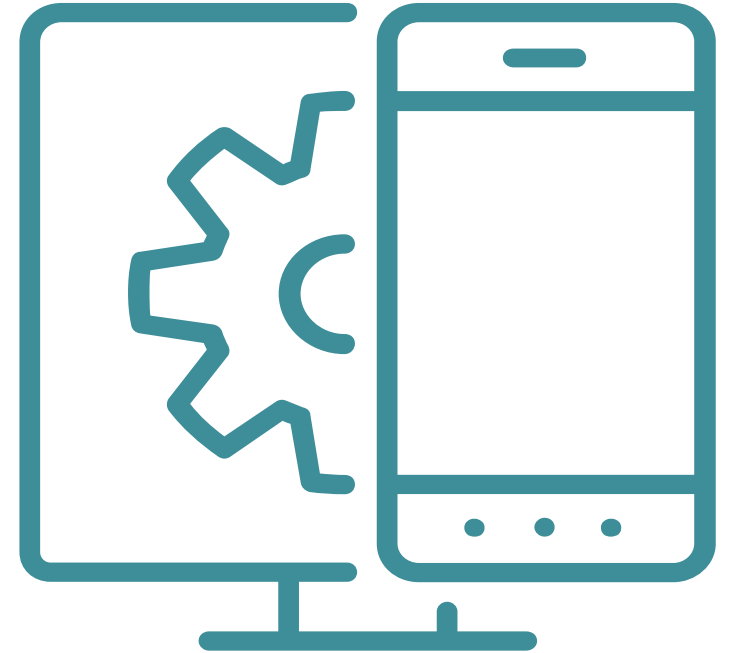
Ofrece un conjunto de ocho recursos de aprendizaje combinado para apoyar el turismo y el desarrollo local mediante la promoción del uso sostenible y eficiente de los recursos naturales, culturales y económicos en las regiones ligadas a cursos de agua.



innovación y transformación digital: sobre el área de competencia 8

La innovación y la transformación digital responden a la creciente demanda de un modelo de ecosistema empresarial *turístico digital*, especialmente después de la COVID-19. El uso de tecnologías modernas en las operaciones empresariales contribuye a la capacidad de las empresas para crear resiliencia, obtener una ventaja competitiva sobre sus homólogas y garantizar la viabilidad.

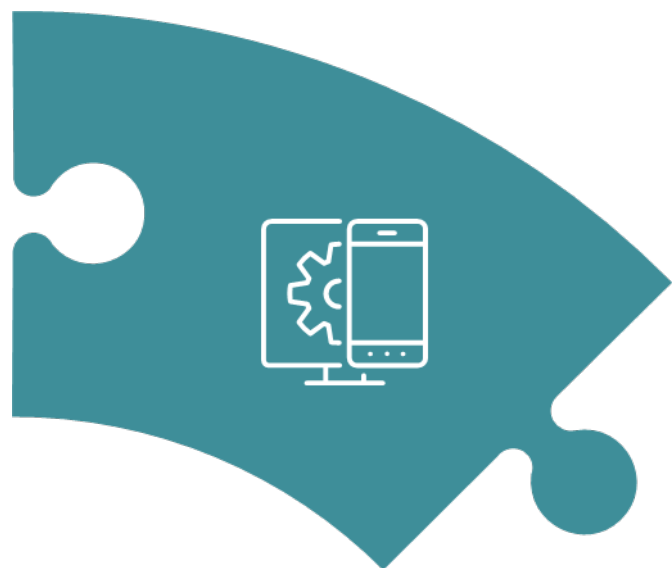
Esta área de competencia describe los conocimientos, habilidades y actitudes que el asesor en turismo sostenible debe adquirir y desarrollar para guiar a los pequeños proveedores turísticos de las regiones ligadas a cursos de agua a adoptar prácticas más sostenibles en sus negocios locales a través de la digitalización.



innovación y transformación digital: en esta área de competencia aprenderás a

- Definir la innovación y la transformación digital en la industria turística y cómo la presencia digital repercute en la productividad y los beneficios.
- Dar ejemplos de competencias en Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) necesarias en los distintos sectores turísticos (alojamiento, alimentación y bebidas, ocio y entretenimiento y servicios de viaje).
- Proporcionar ejemplos de entornos digitales apropiados (RV, RA, etc.) en cada sector turístico.
- Seleccionar los métodos de transformación digital más adecuados para mejorar los procesos empresariales, así como la experiencia del cliente.
- Aplicar las técnicas y los métodos aprendidos para ayudar a los pequeños proveedores turísticos a adquirir un conjunto de competencias digitales, a todos los niveles de responsabilidad.
- Asesorar al pequeño turismo en el uso y gestión de las herramientas de las tecnologías de la comunicación (TIC), incluida la Realidad Virtual (RV), para que puedan ofrecer una experiencia turística excelente a los clientes.
- Supervisar el proceso de digitalización del pequeño turismo en las tres áreas de interés: modelo y procesos empresariales, desarrollo de las capacidades del personal y experiencia del cliente.

Área de competencia 8: **orientación**



En esta sección puedes encontrar contenidos basados en el conocimiento, que presentan información factual y conceptual clave sobre los temas cubiertos por el área de competencia de **innovación y transformación digital**

*"La Transformación Digital consiste en adoptar **tecnologías disruptivas** para aumentar **la productividad, la creación de valor y el bienestar social**".* Christof Ebert

Se trata de la adopción de herramientas, dispositivos y sistemas electrónicos como las redes sociales, los teléfonos inteligentes, los sistemas en la nube, blockchain y otros. Estas tecnologías digitales añadirán valor tanto a los procesos empresariales (internos) como a la experiencia del cliente (externa)

Innovación y transformación digital

La transformación digital consiste en **cambiar la forma de operar de una empresa** para que la experiencia turística en su conjunto sea más **atractiva, eficiente e integradora**. También garantiza que las ofertas del sector turístico sean más **sostenibles desde el punto de vista económico, social y medioambiental**. Se trata de un **proceso continuo**, pero para llevarlo a cabo, la innovación digital debe precederlo. La innovación digital viene con la inspiración de adelantarse al mercado. Se aplica a **todas las empresas, independientemente de su tamaño, sector y naturaleza de las operaciones**.

Innovación y transformación digital

La IoT describe la **red de dispositivos conectados** entre sí con el fin de recoger, intercambiar y actuar sobre los datos adquiridos de un entorno. Estos dispositivos llevan incorporados **sensores, software y otras tecnologías**. Están habilitados para la web y, aunque puede haber intervención humana, pueden funcionar sin ella. Un ejemplo es la **cámara de seguridad doméstica inteligente**, a través de la cual las personas pueden recibir alertas y disponer de imágenes de la cámara en directo.

IoT (Internet de las cosas)

Las competencias digitales, tal como las define la UNESCO, son la capacidad de "*utilizar dispositivos digitales, aplicaciones de comunicación y redes para acceder a la información y gestionarla*". Estas competencias **mejoran la comunicación y la colaboración**, contribuyen a la **resolución de problemas y facilitan la toma de decisiones**. Algunos ejemplos son las competencias informáticas, la comunicación y la investigación basadas en la web, el tratamiento seguro de la información, el análisis digital empresarial, la programación, el desarrollo web y de aplicaciones y el diseño de la experiencia del usuario.

Competencias digitales

El sector turístico es muy vulnerable a las **brechas de seguridad**, ya que **los piratas informáticos roban información personal** que las empresas recopilan durante la reserva de un vuelo o de un hotel. La ciberseguridad se centra en mantener **las redes informáticas** a salvo de **filtraciones de datos, robos y daños** tanto en el software como en el hardware y otros, aplicando medidas como la seguridad de la red y la seguridad de la información.

Ciberseguridad

La computación en nube se refiere a un modelo que permite el **acceso en red bajo demanda** a un **conjunto compartido** de **recursos informáticos** configurables (por ejemplo almacenamiento, servidores, redes, aplicaciones y servicios) a través de Internet ("la nube"). Se ha convertido en una plataforma dominante, ya que **supera la limitación de un dispositivo físico** (recursos rápidos y flexibles). Y lo que es más importante, **reduce los costes operativos**, ya que las empresas sólo pagan por los servicios en nube que utilizan.

Computación en nube

Los pagos sin contacto (contactless) son **fáciles y sencillos** y no se necesita PIN para procesar la transacción. Permiten a los clientes prescindir del uso de efectivo o de la implementación física de una tarjeta de débito/crédito. Y lo que es más importante, utilizan una **forma avanzada de encriptación inalámbrica**, lo que implica que prácticamente se elimina cualquier posibilidad de pérdida o corrupción de datos. Por lo tanto, ofrecen un método de pago **más rápido, seguro y ecológico**.

Pagos sin contacto

La tecnología de reconocimiento se refiere a las tecnologías capaces de **identificar o verificar a un sujeto mediante identificadores biométricos**. Incluye el **reconocimiento facial**, la **huella dactilar**, el **escáner de retina** y otros. Las empresas más avanzadas digitalmente han empezado a utilizar el reconocimiento facial para la **autorización automática de pagos** y para el **proceso de entrada y salida** (hoteles).

Tecnologías de reconocimiento

La RV se considera la **mejor herramienta** para lograr **altos niveles de experiencia del cliente**. Un ejemplo indicativo es el **vídeo de visita virtual**. Los clientes pueden ver la disposición de un destino o una habitación a través de un **recorrido digital con una vista de 360 grados**. La oportunidad de experimentar algo antes de reservarlo crea **seguridad** sobre lo que están pagando y, por tanto, **atrae** a más clientes. En última instancia, esta estrategia de marketing de "probar antes de comprar" genera **más beneficios**.

Realidad virtual (RV)

La RA **mejora el entorno físico** superponiendo, en tiempo real, **componentes digitales** en el entorno del cliente. Es fácilmente accesible a través de un smartphone, por lo que se considera una opción **más barata** que la RV. Los ejemplos de RA se refieren a entornos interactivos con fines de **entretenimiento**, así como para la **navegación en interiores**.

Realidad aumentada (RA)

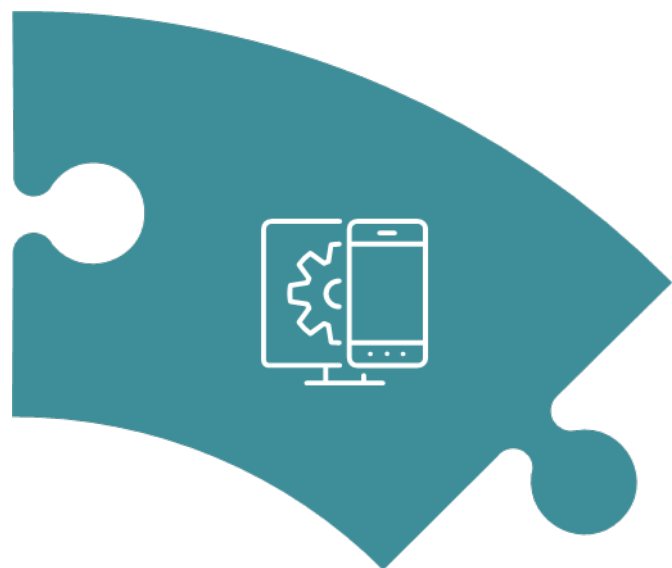
La IA se refiere a la capacidad de **un ordenador** o un **robot** controlado por un ordenador para **realizar tareas** que tradicionalmente requieren inteligencia y discernimiento humanos. En el mundo de la inteligencia artificial, **los chatbots en línea potenciados por IA** se utilizan para proporcionar información rápida y directa a los clientes a través de **chats en directo (24/7)**, incluso en varios idiomas. Los robots pueden ayudar con las **tareas pesadas y repetitivas** y contribuir a la **eficiencia operativa** de la empresa.

Robots o chatbots de IA (Inteligencia Artificial)

Una de las mayores innovaciones de nuestro tiempo, blockchain, hace referencia a una **tecnología** descentralizada y anónima de **intercambio de información**. La información se almacena de forma segura en **registros** denominados "bloques", sin ubicación central, lo que la hace extremadamente **resistente a modificaciones y amenazas a la seguridad**. Algunos ejemplos pueden ser el seguimiento de reservas y equipajes, los programas de fidelización (planes de recompensa a los clientes) y los pagos en línea seguros (transparentes y encriptados en la blockchain).

Blockchain

Área de competencia 8: **tutoriales**



En esta sección encontrarás un conjunto de fichas autoexplicativas, diseñadas específicamente para plantear retos reales y proporcionar información práctica para desarrollar sus competencias en **innovación y transformación digital**

Hoja de ruta 1: seleccionar métodos de transformación digital

esquema

El turismo es un mercado competitivo y **la transformación digital** es una **opción estratégica clave** para las empresas que se centran activamente en ofrecer una alta experiencia al cliente y mejorar las operaciones comerciales.

Esta hoja de ruta tiene como objetivo ayudar al asesor de turismo sostenible a orientar al pequeño proveedor turístico para que trabaje hacia la transformación **digital**. El asesor de turismo sostenible presentará un conjunto de estrategias y herramientas para que los pequeños proveedores turísticos, interesados en la transformación digital, puedan identificar y luego seleccionar los **métodos de transformación digital** más adecuados para sus negocios.

Acción 1: **investigación**

Paso 1: utilizar plataformas de investigación como Google para leer sobre transformación digital

Paso 2: escuchar ejemplos de transformación digital de otras empresas a través de YouTube y otras plataformas de noticias locales

Paso 3: pedir a las personas clave del sector correspondiente que compartan ejemplos locales de transformación digital.



fuentes: <https://www.freepik.com/search?format=search&query=research>

Acción 2: **planificación**

Paso 1: documenta los procesos empresariales actuales y cómo aportan valor añadido a tus clientes

Paso 2: identifica las lagunas en los procesos y las oportunidades de creación de valor

Paso 3: establece el enfoque y las prioridades de la empresa en función de las carencias y oportunidades



fuente: [Whiteboard Writing Man](#) - Foto gratis en Pixabay

Acción 2: **evaluación**

Paso 1: recopila información sobre posibles soluciones tecnológicas

Paso 2: evalúa las soluciones en función de criterios establecidos (presupuesto, calendario, recursos)

Paso 3: preselecciona la solución más beneficiosa y viable para la empresa en función de esos criterios



fuente: Analytics Graph Chart - Foto gratis en Pixabay

A lo largo de esta hoja de ruta has aprendido **cómo una empresa puede identificar métodos de transformación digital** mediante la realización de una investigación inicial sobre posibles soluciones tecnológicas. Los pasos descritos te han ayudado a determinar en qué punto se encuentra tu empresa y hacia dónde quiere ir, mediante la identificación de la posición actual, los procesos, las carencias y las oportunidades. Esto permitió a tu empresa vincular mejor las carencias y las oportunidades con las posibles soluciones.

Este proceso es **dinámico** y debe llevarse a cabo **con regularidad** para garantizar que tu empresa **actúa estratégicamente ante nuevas oportunidades de mercado** que garanticen la prestación de una excelente experiencia al cliente y la eficacia de los procesos internos.

resumen

Hoja de ruta 2: desarrollar las competencias digitales

esquema

La pandemia de la COVID-19 ha acelerado la necesidad de adoptar y abrazar la **transformación digital**. Trabajar desde casa, colaborar virtualmente, realizar todas las transacciones y comunicarse en línea requieren ciertas competencias. Las empresas y los trabajadores se han dado cuenta del **déficit de competencias digitales existente**.

Esta hoja de ruta pretende ayudar al asesor de turismo sostenible a guiar al pequeño proveedor turístico en la adquisición de un conjunto de **competencias digitales**. El asesor en turismo sostenible presentará los pasos para la adquisición de competencias digitales basándose en las **circunstancias actuales y las prioridades estratégicas** del pequeño proveedor turístico.

Acción 1: identificación

Paso 1: investiga las tendencias actuales del mercado en materia de competencias digitales y elabora una lista de las competencias digitales básicas y más avanzadas

Paso 2: determina el nivel de competencias del personal actual e identifica las carencias

Paso 3: preselecciona las competencias más importantes en función del sector y de las tendencias del mercado



fuentes: <https://www.freepik.com/search?format=search&query=digital%20skillset>

Acción 2: **formación y apoyo**

Paso 1: ofrece a los empleados seminarios de formación pertinentes en función de su nivel de alfabetización digital

Paso 2: asigna un mentor a cada empleado

Etapas 3: realiza un seguimiento de sus progresos, de la adquisición y mejora de sus competencias



fuentes: https://www.freepik.com/free-photo/cheerful-mood-group-people-business-conference-modern-classroom-daytime_9694502.htm#query=training&position=4&from_view=search

Acción 3: práctica

Paso 1: aplica este conjunto de habilidades en la vida cotidiana fuera del trabajo

Paso 2: comprométete con el proceso de desarrollo de competencias y proporciona un feedback de 360º

Paso 3: intenta estar al día de las tendencias actuales y busca nuevas oportunidades de adquisición de competencias



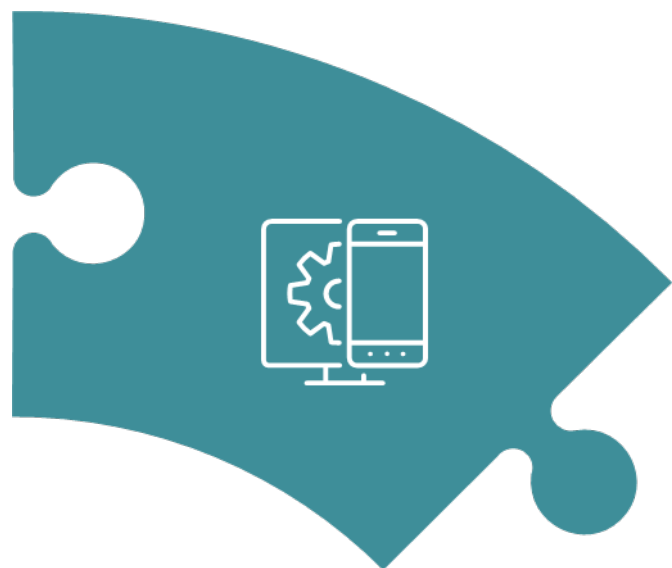
fuente: https://www.freepik.com/premium-photo/training-concept-wooden-blocks-with-inscriptions-coaching-learning-skill-teaching_8124686.htm#query=training%20skills&position=26&from_view=search

A lo largo de esta hoja de ruta has conocido los pasos necesarios para la adquisición de un conjunto de **competencias digitales**, ya sean básicas o avanzadas, que permitirán a tu empresa explorar nuevas oportunidades a medida que el **personal sea más competente**. Algunos ejemplos pueden estar relacionados con la gestión de las redes sociales, la gestión del almacenamiento basado en la nube, el desarrollo y la edición de vídeo o la evaluación de la analítica del tráfico web.

Tu empresa debe centrarse en animar a los empleados a utilizar estas habilidades y también a sentirse apoyados por sus compañeros. El **seguimiento** y la **retroalimentación a 360 grados** son fundamentales para introducir y adoptar con éxito cualquier nuevo conjunto de competencias en una empresa.

resumen

Área de competencia 8: **recursos prácticos**



En esta sección puedes encontrar situaciones basadas en escenarios diseñados específicamente para ilustrar cómo el área de competencia de **innovación y transformación digital** puede ser puesta en práctica por pequeños proveedores turísticos



fuelle: https://www.freepik.com/free-photo/modern-luxury-hotel-office-reception-lounge-with-meeting-room_10168153.htm#query=hotel&position=13&from_view=search&track=sph

Escenario 1: Acercarse a la realidad con las tecnologías digitales

Un hotel de tamaño medio, como parte de su **estrategia de transformación digital**, está considerando la implementación de "**Hotel Tours**"; una RV 360°-vista de todas las áreas abiertas del hotel y las habitaciones de los huéspedes del hotel.

La dirección del Hotel está ansiosa por aprender más sobre el **uso y la gestión de las tecnologías de la comunicación**, que redundarán en una experiencia excelente del cliente

Escenario 1

Este hotel de tamaño medio está situado en la costa, pero también cerca del centro de la ciudad. Cuenta con piscina exterior e interior, spa, pista de tenis y parque infantil, así como con interesantes yacimientos arqueológicos en las inmediaciones.

Dentro de la estrategia de transformación digital, el hotel pretende **utilizar las tecnologías digitales** para aumentar su base de clientes, captar a los actuales y a los nuevos y **ofrecerles una experiencia cálida incluso antes de que lleguen**. El equipo ya es consciente de las muchas ventajas de la realidad virtual y otras tecnologías digitales y actualmente está debatiendo los **posibles usos tanto dentro de su propia infraestructura hotelera como en las zonas circundantes**.

Durante su investigación sobre la RV, el equipo responsable sugirió que el Hotel contratara a un especialista para el desarrollo de vídeos de RV con el esquema y las características que se indican a continuación:

- Vídeos de RV para **cubrir diferentes secciones del hotel**; uno que seguirá el camino desde la entrada del hotel a la recepción, al salón interior y el restaurante y luego a la piscina exterior y el bar del hotel, otro para las instalaciones como la piscina cubierta, el gimnasio y el spa y otro para las habitaciones del hotel.

Otras características que deben tenerse en cuenta para el desarrollo de vídeos de RV son:

- Que incluyan una cálida **bienvenida por parte del recepcionista**, mostrando el **servicio global** al cliente en los distintos puntos y ofreciendo información estimulante y útil sobre la lista de eventos o el menú del restaurante.
- Estar disponible tanto en el **idioma nacional como en inglés**, para captar el interés de la población local y de los turistas extranjeros.

Además de los "recorridos por el hotel" de RV, el hotel tiene previsto introducir **recorridos de RV por las zonas circundantes**, incluidos el litoral y los yacimientos arqueológicos, con el fin de **educar a los visitantes** sobre el lugar y su historia, en un **entorno interactivo**.

Por último, el hotel, interesado en implantar más tecnologías digitales, identificó el potencial de la **tecnología de realidad aumentada**, especialmente **para los niños**. Conocieron un ejemplo de aplicación de la realidad aumentada en el que, a través de una aplicación móvil, los niños podían verse acompañados de personajes de Disney en diferentes lugares del hotel mientras lo exploraban.

Escenario 1

El hotel procedió a la ejecución del plan y al uso de las tecnologías de RV y RA. Estas se **añadieron al sitio web existente del hotel**, se pusieron a disposición en todos los dispositivos Android y Apple y en todos los auriculares de RV del mercado. Seis meses después, se pidió al equipo que proporcionara información y métricas sobre el impacto de esta implementación, tras el seguimiento del tráfico del sitio web, los datos de reservas y las reseñas. Los resultados fueron **extremadamente positivos**, ya que **la tasa de conversión** entre visitantes y clientes había aumentado drásticamente, mientras que **las reseñas** de los clientes confirmaban la **creación de valor** obtenida con el uso de este tipo de tecnologías.

Escenario 1: Acercarse a la realidad con las tecnologías digitales

- ¿Qué ejemplos de tecnologías digitales ha implantado el hotel para mejorar la experiencia del cliente?
- ¿Qué potencial tienen estas tecnologías digitales en cuanto a prestaciones?
- ¿Cómo pueden beneficiar a los hoteles las tecnologías de realidad virtual y realidad aumentada?

Escenario 1: Acercarse a la realidad con las tecnologías digitales

INTENTA

- Investigar a fondo los distintos proveedores que ofrecen las tecnologías que deseas implantar.
- Ser flexible en tus decisiones y escuchar las opiniones de los clientes y el personal, al tiempo que adoptas las nuevas tecnologías digitales.
- Ser creativo con las tecnologías digitales; incorpora funciones basadas en las necesidades de tus clientes.

EVITA

- Desarrollar planes cuya aplicación podría tener un perjuicio reputacional y financiero.
- Poner en marcha un plan basado principalmente en lo que hace tu competencia.
- Seguir adelante con cualquier plan, sin tener en cuenta las necesidades de tus clientes y de tu personal.



Fuente: https://www.freepik.com/premium-photo/young-business-man-doing-self-check-machine-airport_6854800.htm#query=self%20check-in&position=46&from_view=search&track=sph

Escenario 2: adaptar un enfoque más inteligente

El Hotel B es una pequeña empresa familiar. El **mayor número de turistas expertos en tecnología** que recibe el hotel le llevó a tomar la decisión de iniciar el proceso de transformación digital.

Sin embargo, el Hotel, al ser pequeño, **medidas viadesconoce** qué tipo de **bles** puede aplicar para conseguirlo.

Escenario 2

La clientela del pequeño hotel incluye **diferentes tipos de turistas**, desde familias a nómadas digitales.

Aunque fue pionero en su día, actualmente el hotel se preocupa por el **valor y la experiencia** que puede ofrecer a sus huéspedes. La dirección entiende que **los turistas se han digitalizado**, mientras que los procesos del hotel y las competencias del personal no evolucionan al mismo ritmo. Según la dirección, aunque el hotel tiene mucho potencial, el hecho de que aún no haya "seguido" las tendencias tecnológicas actuales puede contribuir a la **pérdida de demanda** y, con el tiempo, de cuota de mercado.

Escenario 2

Recientemente, ocurrió un incidente en el Hotel, que llevó a iniciar su proceso de transformación digital.

Durante una tarde ajetreada en el hotel, sólo había dos recepcionistas en la recepción. El huésped B llegó exactamente a la hora indicada al hacer la reserva. Había una **larga cola** con un gran grupo de turistas esperando para registrarse. 25 minutos después, pidió hablar con el director del hotel sobre su retraso. El director del hotel **no tiene competencias digitales**, pero es consciente de la importancia de adoptar herramientas y métodos digitales, por lo que escuchó la opinión de la huésped B.

El huésped B sugirió la introducción del **autocheck-in** en la recepción para **reducir el tiempo de espera** de los visitantes y darles la **flexibilidad** de registrarse a lo largo del día, independientemente de la hora. El proceso de autofacturación se apoya en un sistema de **gestión de la propiedad (PMS)**, que es una aplicación informática centrada en funciones hoteleras como las reservas. Aunque esta sugerencia sonaba atractiva, el director del hotel se mostraba escéptico sobre el **coste** de este software y su respectiva implantación.

El huésped B aconsejó al director del hotel que buscara **subvenciones locales para la transformación digital de las empresas**, ya que sabía que muchos países tienen convocatorias abiertas de este tipo.

Escenario 2

El propósito de la estancia del huésped B estaba relacionado con los negocios. Su agenda estaba repleta de reuniones - dentro y fuera del hotel- y, por lo tanto, cualquier solicitud al personal del hotel debía realizarse **a distancia** y gestionarse con **rapidez**.

Una mañana, entre reunión y reunión, decidió **pedir servicio de habitaciones**. Debido a algunos requisitos dietéticos especiales, siempre prefiere hablar con un miembro del personal de cocina, para compartir detalles sobre los requisitos de sus comidas. Llamó a recepción para pedir que le redirigieran a la cocina, ya que era la única forma de conectar con dicho servicio. Lamentablemente, **no había personal disponible en ese momento**, debido a la carga de trabajo en la cocina y el comedor.

El huésped B sugirió la introducción de **chatbots** o **chat en directo con el personal**, o ambas cosas. Esta aplicación facilitará las **respuestas instantáneas** que buscan los clientes. Los chats en directo complementan la funcionalidad de los chatbots añadiendo la **variable humana** en la ecuación y logrando este **enfoque centrado en el cliente**.

El director del hotel conocía estas tecnologías digitales, pero no había explorado antes estas herramientas. Sabía que había algunas **plataformas gratuitas de creación de chatbot**, así como buenas ofertas de chatbot y chat en directo para pymes.

Escenario 2

Un año después, el huésped B volvió al hotel para asistir a una conferencia. Enseguida vio los dos **dispositivos de autofacturación**. La financiación local, que sí estaba disponible, permitió al hotel adquirir los dispositivos y el software PMS. Además, el hotel adquirió un paquete de IA (**chatbots y chats en directo**), que ofreció a un precio reducido. La dirección organizó **sesiones de formación para el personal** sobre los nuevos avances tecnológicos del hotel. Además, el Hotel colaboró con otros hoteles para la realización de sesiones de formación sobre tecnologías de inteligencia artificial en los sectores de la hostelería.

Escenario 2: Adaptar un enfoque más inteligente

- ¿Qué otras medidas relacionadas con la transformación digital podría adoptar el empresario?
- ¿Cómo puede aumentar la satisfacción del cliente la adopción de nuevas tecnologías?
- ¿Las medidas adoptadas han proporcionado capacitación digital a la dirección y al personal del hotel?

Escenario 2: Adaptar un enfoque más inteligente

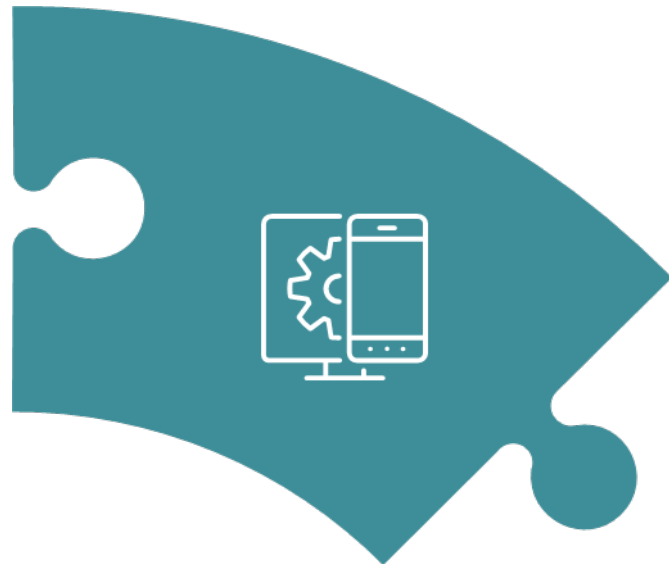
INTENTA

- Identificar buenas prácticas que ya se estén aplicando en otros lugares.
- Estar abierto a las opiniones de los clientes e implicar al personal en el proceso de digitalización de la empresa.
- Ser transparente y mantener informados a los clientes sobre las nuevas implantaciones tecnológicas.
- Buscar financiación y apoyo locales durante el proceso de digitalización.

EVITA

- Adoptar medidas de transformación digital que tu infraestructura actual no pueda soportar.
- Tomar decisiones sin tener en cuenta tanto a los clientes como al personal.
- Omitir informar a los clientes sobre las nuevas implantaciones e ignorar las cuestiones relacionadas con la privacidad de los datos.
- Hacerlo todo por tu cuenta, lo que puede repercutir negativamente en la viabilidad financiera de la empresa.

Área de competencia 8: **consejos prácticos**



En esta sección puedes encontrar una lista de consejos prácticos para adoptar prácticas de **innovación y transformación digital** en las empresas turísticas locales

Familiarízate con las tecnologías digitales como parte del proceso de transformación digital e identifica los beneficios y las oportunidades que conlleva en términos de creación de resiliencia empresarial, obtención de ventajas competitivas frente a homólogos y garantía de viabilidad.

Consejo práctico 1

Explora diferentes ejemplos de tecnologías digitales y evalúa su viabilidad en función de la situación actual y los objetivos estratégicos de tu empresa

Consejo práctico 2

Implica a los empleados en el proceso de transformación digital recabando su opinión en relación con las reacciones cotidianas de los clientes, los retos en las operaciones y las necesidades de formación y desarrollo del personal.

Consejo práctico 3

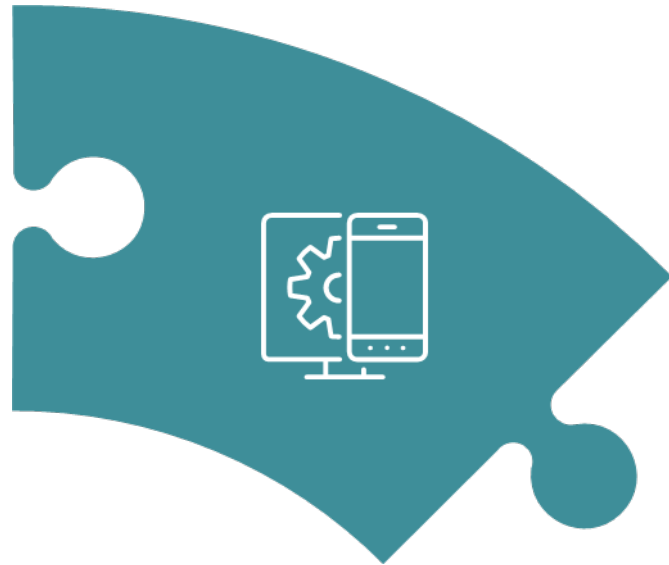
Empieza poco a poco. Adopta métodos de transformación digital que sean más fácilmente alcanzables y evalúa el impacto en tu empresa. Mide los resultados en función de la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente mediante análisis de software y cuestionarios breves.

Consejo práctico 4

Promueve tus acciones hacia la transformación digital y asegúrate de mantenerte al día de las tendencias actuales del mercado.

Consejo práctico 5

Área de competencia 8: **lectura útil**



En esta sección encontrarás una lista de recursos en línea que te ayudarán a avanzar en la **innovación y la transformación digital**

Innovación y transformación digital

www.medium.com/swlh/digital-transformation-and-innovation-2a4352e4e885

IoT (Internet de las cosas)

www.leverage.com/blogpost/what-is-iot-simple-explanation

Competencias digitales

www.salesforce.com/news/stories/what-are-digital-skills/

Ciberseguridad

www.phptravels.com/blog/the-importance-of-cybersecurity-in-the-tourism-industry

Computación en nube

www.researchgate.net/publication/338300787 Cloud Computing in Tourism



Cofinanciado por
la Unión Europea

Pagos sin contacto (contactless)

www.revfine.com/contactless-payments-travel-industry/

Tecnologías de reconocimiento

www.revfine.com/facial-recognition-travel-industry/

Realidad virtual (RV) y realidad aumentada (RA)

www.bu.edu/bhr/2021/10/04/digital-transformation-in-the-hospitality-industry/

Robots o chatbots de IA (inteligencia artificial)

www.mdpi.com/2071-1050/13/22/12691/htm

Blockchain

www.revfine.com/blockchain-technology-travel-industry/



Cofinanciado por
la Unión Europea

Has completado el área de competencia 8 ibuen trabajo!



COLABORACIÓN



MINDSHIFT
Talent Advisory



El apoyo de la Comisión Europea a la elaboración de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, que refleja únicamente las opiniones de los autores, no haciéndose la Comisión responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.
NÚMERO DE PROYECTO 2021-1-PT01-KA220-VET-000032948



Cofinanciado por
la Unión Europea