

CALIDAD

El cliente decide si un producto o servicio turístico es de calidad



PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Es la hoja de ruta que permite a la empresa definir su horizonte y anticiparse y responder a los cambios del entorno, del mercado, de la competencia, de la tecnología...

La planificación comercial es la parte de la planificación estratégica centrada en los objetivos de marketing.



Situación / Justificación

Diagnóstico (DAFO)

PROYECTO

Visión

Meta

Objetivos

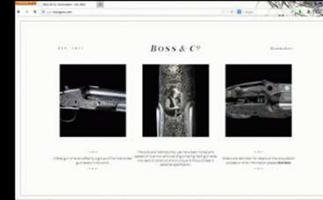
Tácticas

Presupuesto / Control

PLAN ESTRATÉGICO

ESTRATEGIA

ESFUERZO



País	Capital	Moneda	Idioma	Religión	Superficie
1	Estados Unidos	Dólar	Inglés	Protestante	9.826.630
2	Canadá	Dólar	Inglés	Protestante	9.970.610
3	Brasil	Real	Portugués	Católica	8.511.960
4	Francia	Euro	Francés	Católica	643.800
5	Reino Unido	Libra	Inglés	Protestante	244.820
6	Italia	Euro	Italiano	Católica	301.330
7	Japón	Yen	Japonés	Budista	377.930
8	Australia	Dólar	Inglés	Protestante	7.747.830
9	India	Rupia	Hindi	Hinduista	3.287.260
10	China	Yuan	Chino	Budista	9.596.960
11	Argentina	Peso	Español	Católica	2.369.000
12	Colombia	Peso	Español	Católica	1.141.700
13	Perú	Nuevo Sol	Español	Católica	1.285.210
14	Chile	Peso	Español	Católica	756.620
15	Paraguay	Guaraní	Español	Católica	406.750
16	Uruguay	Peso	Español	Católica	176.220
17	Venezuela	Bolívar	Español	Católica	916.440
18	Corea del Sur	Won	Coreano	Budista	100.430
19	Corea del Norte	Won	Coreano	Budista	120.540
20	Países Bajos	Euro	Neerlandés	Protestante	42.340
21	Suecia	Corona	Sueco	Protestante	450.290
22	Polonia	Zloty	Polaco	Católica	312.680
23	Eslovenia	Euro	Esloveno	Católica	20.270
24	Eslovaquia	Euro	Eslovaco	Católica	48.860
25	República Checa	Corona	Checo	Católica	78.860
26	Hungría	Forinto	Húngaro	Católica	93.030
27	Rusia	Rublo	Ruso	Protestante	17.095.200
28	Ucrania	Hryvnia	Ucraniano	Protestante	603.620
29	Uzbekistán	Som	Uzbeko	Protestante	438.370
30	India	Rupia	Hindi	Hinduista	3.287.260
31	China	Yuan	Chino	Budista	9.596.960
32	Brasil	Real	Portugués	Católica	8.511.960
33	Francia	Euro	Francés	Católica	643.800
34	Reino Unido	Libra	Inglés	Protestante	244.820
35	Italia	Euro	Italiano	Católica	301.330
36	Japón	Yen	Japonés	Budista	377.930
37	Australia	Dólar	Inglés	Protestante	7.747.830
38	India	Rupia	Hindi	Hinduista	3.287.260
39	China	Yuan	Chino	Budista	9.596.960
40	Argentina	Peso	Español	Católica	2.369.000
41	Colombia	Peso	Español	Católica	1.141.700
42	Perú	Nuevo Sol	Español	Católica	1.285.210
43	Chile	Peso	Español	Católica	756.620
44	Paraguay	Guaraní	Español	Católica	406.750
45	Uruguay	Peso	Español	Católica	176.220
46	Venezuela	Bolívar	Español	Católica	916.440
47	Corea del Sur	Won	Coreano	Budista	100.430
48	Corea del Norte	Won	Coreano	Budista	120.540
49	Países Bajos	Euro	Neerlandés	Protestante	42.340
50	Suecia	Corona	Sueco	Protestante	450.290
51	Polonia	Zloty	Polaco	Católica	312.680
52	Eslovenia	Euro	Esloveno	Católica	20.270
53	Eslovaquia	Euro	Eslovaco	Católica	48.860
54	República Checa	Corona	Checo	Católica	78.860
55	Hungría	Forinto	Húngaro	Católica	93.030
56	Rusia	Rublo	Ruso	Protestante	17.095.200
57	Ucrania	Hryvnia	Ucraniano	Protestante	603.620
58	Uzbekistán	Som	Uzbeko	Protestante	438.370
59	India	Rupia	Hindi	Hinduista	3.287.260
60	China	Yuan	Chino	Budista	9.596.960
61	Brasil	Real	Portugués	Católica	8.511.960
62	Francia	Euro	Francés	Católica	643.800
63	Reino Unido	Libra	Inglés	Protestante	244.820
64	Italia	Euro	Italiano	Católica	301.330
65	Japón	Yen	Japonés	Budista	377.930
66	Australia	Dólar	Inglés	Protestante	7.747.830
67	India	Rupia	Hindi	Hinduista	3.287.260
68	China	Yuan	Chino	Budista	9.596.960
69	Argentina	Peso	Español	Católica	2.369.000
70	Colombia	Peso	Español	Católica	1.141.700
71	Perú	Nuevo Sol	Español	Católica	1.285.210
72	Chile	Peso	Español	Católica	756.620
73	Paraguay	Guaraní	Español	Católica	406.750
74	Uruguay	Peso	Español	Católica	176.220
75	Venezuela	Bolívar	Español	Católica	916.440
76	Corea del Sur	Won	Coreano	Budista	100.430
77	Corea del Norte	Won	Coreano	Budista	120.540
78	Países Bajos	Euro	Neerlandés	Protestante	42.340
79	Suecia	Corona	Sueco	Protestante	450.290
80	Polonia	Zloty	Polaco	Católica	312.680
81	Eslovenia	Euro	Esloveno	Católica	20.270
82	Eslovaquia	Euro	Eslovaco	Católica	48.860
83	República Checa	Corona	Checo	Católica	78.860
84	Hungría	Forinto	Húngaro	Católica	93.030
85	Rusia	Rublo	Ruso	Protestante	17.095.200
86	Ucrania	Hryvnia	Ucraniano	Protestante	603.620
87	Uzbekistán	Som	Uzbeko	Protestante	438.370
88	India	Rupia	Hindi	Hinduista	3.287.260
89	China	Yuan	Chino	Budista	9.596.960
90	Brasil	Real	Portugués	Católica	8.511.960
91	Francia	Euro	Francés	Católica	643.800
92	Reino Unido	Libra	Inglés	Protestante	244.820
93	Italia	Euro	Italiano	Católica	301.330
94	Japón	Yen	Japonés	Budista	377.930
95	Australia	Dólar	Inglés	Protestante	7.747.830
96	India	Rupia	Hindi	Hinduista	3.287.260
97	China	Yuan	Chino	Budista	9.596.960
98	Argentina	Peso	Español	Católica	2.369.000
99	Colombia	Peso	Español	Católica	1.141.700
100	Perú	Nuevo Sol	Español	Católica	1.285.210
101	Chile	Peso	Español	Católica	756.620
102	Paraguay	Guaraní	Español	Católica	406.750
103	Uruguay	Peso	Español	Católica	176.220
104	Venezuela	Bolívar	Español	Católica	916.440
105	Corea del Sur	Won	Coreano	Budista	100.430
106	Corea del Norte	Won	Coreano	Budista	120.540
107	Países Bajos	Euro	Neerlandés	Protestante	42.340
108	Suecia	Corona	Sueco	Protestante	450.290
109	Polonia	Zloty	Polaco	Católica	312.680
110	Eslovenia	Euro	Esloveno	Católica	20.270
111	Eslovaquia	Euro	Eslovaco	Católica	48.860
112	República Checa	Corona	Checo	Católica	78.860
113	Hungría	Forinto	Húngaro	Católica	93.030
114	Rusia	Rublo	Ruso	Protestante	17.095.200
115	Ucrania	Hryvnia	Ucraniano	Protestante	603.620
116	Uzbekistán	Som	Uzbeko	Protestante	438.370
117	India	Rupia	Hindi	Hinduista	3.287.260
118	China	Yuan	Chino	Budista	9.596.960
119	Brasil	Real	Portugués	Católica	8.511.960
120	Francia	Euro	Francés	Católica	643.800
121	Reino Unido	Libra	Inglés	Protestante	244.820
122	Italia	Euro	Italiano	Católica	301.330
123	Japón	Yen	Japonés	Budista	377.930
124	Australia	Dólar	Inglés	Protestante	7.747.830
125	India	Rupia	Hindi	Hinduista	3.287.260
126	China	Yuan	Chino	Budista	9.596.960
127	Argentina	Peso	Español	Católica	2.369.000
128	Colombia	Peso	Español	Católica	1.141.700
129	Perú	Nuevo Sol	Español	Católica	1.285.210
130	Chile	Peso	Español	Católica	756.620
131	Paraguay	Guaraní	Español	Católica	406.750
132	Uruguay	Peso	Español	Católica	176.220
133	Venezuela	Bolívar	Español	Católica	916.440
134	Corea del Sur	Won	Coreano	Budista	100.430
135	Corea del Norte	Won	Coreano	Budista	120.540
136	Países Bajos	Euro	Neerlandés	Protestante	42.340
137	Suecia	Corona	Sueco	Protestante	450.290
138	Polonia	Zloty	Polaco	Católica	312.680
139	Eslovenia	Euro	Esloveno	Católica	20.270
140	Eslovaquia	Euro	Eslovaco	Católica	48.860
141	República Checa	Corona	Checo	Católica	78.860
142	Hungría	Forinto	Húngaro	Católica	93.030
143	Rusia	Rublo	Ruso	Protestante	17.095.200
144	Ucrania	Hryvnia	Ucraniano	Protestante	603.620
145	Uzbekistán	Som	Uzbeko	Protestante	438.370
146	India	Rupia	Hindi	Hinduista	3.287.260
147	China	Yuan	Chino	Budista	9.596.960
148	Brasil	Real	Portugués	Católica	8.511.960
149	Francia	Euro	Francés	Católica	643.800
150	Reino Unido	Libra	Inglés	Protestante	244.820
151	Italia	Euro	Italiano	Católica	301.330
152	Japón	Yen	Japonés	Budista	377.930
153	Australia	Dólar	Inglés	Protestante	7.747.830
154	India	Rupia	Hindi	Hinduista	3.287.260
155	China	Yuan	Chino	Budista	9.596.960
156	Argentina	Peso	Español	Católica	2.369.000
157	Colombia	Peso	Español	Católica	1.141.700
158	Perú	Nuevo Sol	Español	Católica	1.285.210
159	Chile	Peso	Español	Católica	756.620
160	Paraguay	Guaraní	Español	Católica	406.750
161	Uruguay	Peso	Español	Católica	176.220
162	Venezuela	Bolívar	Español	Católica	916.440
163	Corea del Sur	Won	Coreano	Budista	100.430
164	Corea del Norte	Won	Coreano	Budista	120.540
165	Países Bajos	Euro	Neerlandés	Protestante	42.340
166	Suecia	Corona	Sueco	Protestante	450.290
167	Polonia	Zloty	Polaco	Católica	312.680
168	Eslovenia	Euro	Esloveno	Católica	20.270
169	Eslovaquia	Euro	Eslovaco	Católica	48.860
170	República Checa	Corona	Checo	Católica	78.860
171	Hungría	Forinto	Húngaro	Católica	93.030
172	Rusia	Rublo	Ruso	Protestante	17.095.200
173	Ucrania	Hryvnia	Ucraniano	Protestante	603.620
174	Uzbekistán	Som	Uzbeko	Protestante	438.370
175	India	Rupia	Hindi	Hinduista	3.287.260
176	China	Yuan	Chino	Budista	9.596.960
177	Brasil	Real	Portugués	Católica	8.511.960
178	Francia	Euro	Francés	Católica	643.800
179	Reino Unido	Libra	Inglés	Protestante	244.820
180	Italia	Euro	Italiano	Católica	301.330
181	Japón	Yen	Japonés	Budista	377.930
182	Australia	Dólar	Inglés	Protestante	7.747.830
183	India	Rupia	Hindi	Hinduista	3.287.260
184	China	Yuan	Chino	Budista	



An underwater photograph showing a diver swimming in the center. Sunlight rays penetrate the water from the top, creating a dramatic, ethereal atmosphere. The water is a deep teal color. On the left, there is a large, dark rock formation. On the right, there is a large, dark, rectangular object, possibly a piece of equipment or a structure. The overall scene is serene and mysterious.

SOSTENIBILIDAD

INNOVACIÓN

CALIDAD

SEGMENTACIÓN

SOSTENIBILIDAD

“El Turismo Sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.”

Organización Mundial del Turismo (OMT, 1993)

CALIDAD

El cliente decide si un producto o servicio turístico es de calidad



INNOVACIÓN



SEGMENTACIÓN



II Encuentro de Innovación y Turismo TraveIT de Informática El Corte Inglés

El Big Data podría segmentar la oferta para 50.000 perfiles de turista

30 MAYO, 2014

Más sobre: [TRAVELIT](#), [Informática El Corte Inglés](#), [El Corte Inglés](#), [Pedro Antón](#), [Big data](#), [Nuevas tecnologías](#), [tecnologías de la información y la comunicación](#), [ver todos](#).

COMPARTIR



137



49



15



557



2



PUBLICIDAD

Elige tu Experiencia
MÉXICO - ESPAÑA - TODO INCLUIDO

Conectar diversos tipos de datos –de productos, clientes y destinos- y estructurarlos en un **Big Data** tiene diversas utilidades estratégicas para las empresas turísticas como la de segmentar la oferta para 50.000 perfiles distintos de turista e, incluso, individualizarla en tiempo real. Ésta es una de las diversas posibilidades que se abren con la aplicación de este sistema a la industria y cuyos alcances fueron analizados en el marco del II Encuentro de Innovación y Turismo **TRAVELIT** de **Informática El Corte Inglés**, celebrado en Palma de Mallorca.

Profesionales del sector se dieron cita en el evento en el que fueron analizadas las principales tendencias tecnológicas aplicadas al sector del turismo y cómo internet y las más novedosas tecnologías de la información están transformando el sector, optimizando la gestión del negocio y, muy especialmente, mejorando la experiencia del turista.



SEGMENTACIÓN



PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Es la hoja de ruta que permite a la empresa definir su **horizonte** y **anticiparse** y **responder** a los cambios del entorno, del mercado, de la competencia, de la tecnología...

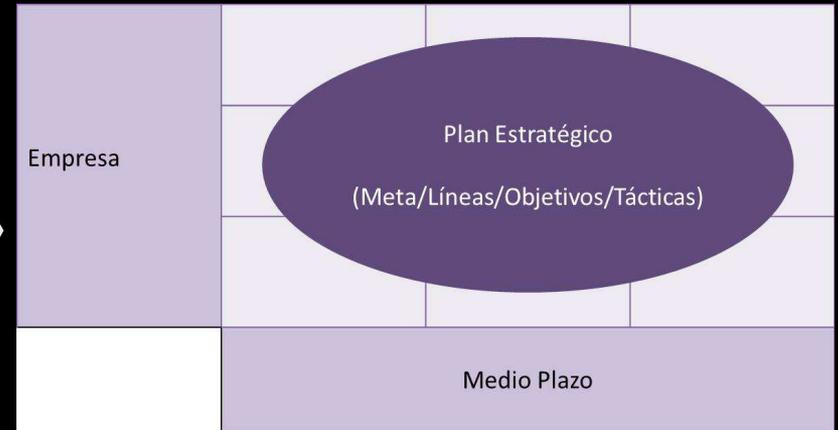
La planificación **comercial** es la parte de la planificación estratégica centrada en los objetivos de **marketing**.

Dónde
estamos

Dónde
vamos

Cuándo y
cómo
llegamos

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA



Situación / Justificación

PLAN ESTRATÉGICO

Diagnóstico (DAFO)

PROYECTO



Visión

Meta

Objetivos

Tácticas



ESTRATEGIA



ESFUERZO

Presupuesto / Control



Situación / Justificación

PLAN ESTRATÉGICO

Dónde
estamos

Dónde
vamos

Cuándo y
cómo
llegamos

Diagnóstico (DAFO)

PROYECTO

Objetivos

Tácticas

Presupuesto / Control

PLAN ESTRATÉGICO

“Dejar una huella en el Universo” (Apple)

Visión

“La compañía más centrada en el cliente de la Tierra” (Amazon)

“Acercar la innovación, competitividad y accesibilidad a las empresas del turismo y sectores afines de Andalucía” (AndaluciaLab)

PLAN ESTRATÉGICO

Meta

“PROMOVER LA COMPLEMENTARIEDAD DE LA OFERTA ANDALUZA A TRAVÉS DE EXPERIENCIAS ÚNICAS, OPTIMIZANDO LA RENTABILIDAD ECONÓMICA Y SOCIAL DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA”

PLAN ESTRATÉGICO

S

Specific
(específico)

M

Measurable
(medible)

A

Achievable
(realizable)

R

Realistic
(realista)

T

Time-Bound
(lim. en tiempo)

Objetivos





Aumentar los beneficios tanto económicos como sociales derivados de la industria turística andaluza



Revertir la actual tendencia de aumento de la estacionalidad

Consolidar la posición de liderazgo de Andalucía respecto al mercado nacional



Incrementar el número de turistas procedentes de mercados no consolidados

Objetivos

S

(específico)

M

(medible)

A

(realizable)

R

(realista)

T

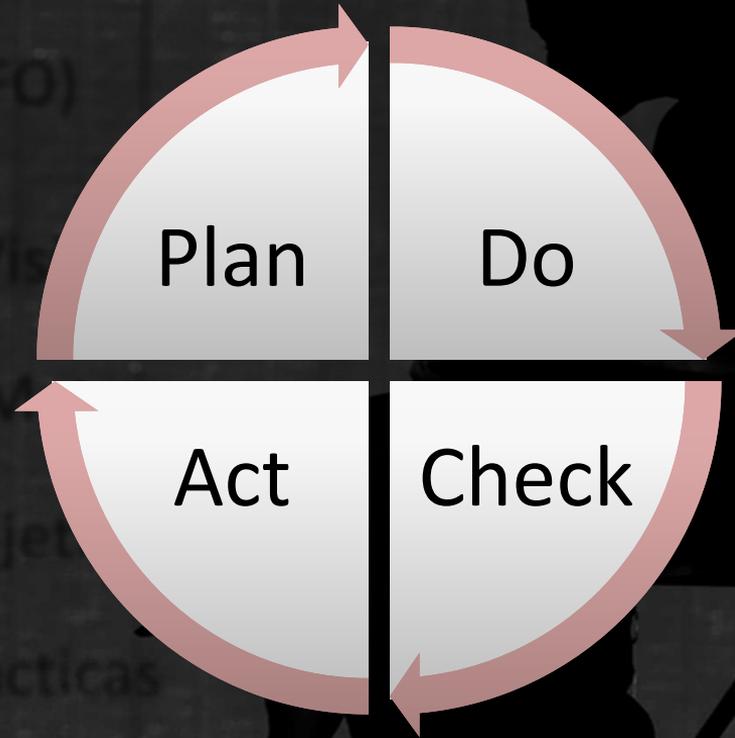
(lim. en tiempo)

Tácticas

PLAN ESTRATÉGICO



PLAN ESTRATÉGICO



Presupuesto / Control

PENTUR

Plan Estratégico Nacional de Turismo
2012 - 2021

"Consolidando un Turismo Sostenible"

PDF

<http://goo.gl/xMCv3G>

SPOT

<http://goo.gl/Mp5kO>





PDF

<http://goo.gl/8vJXJ9>

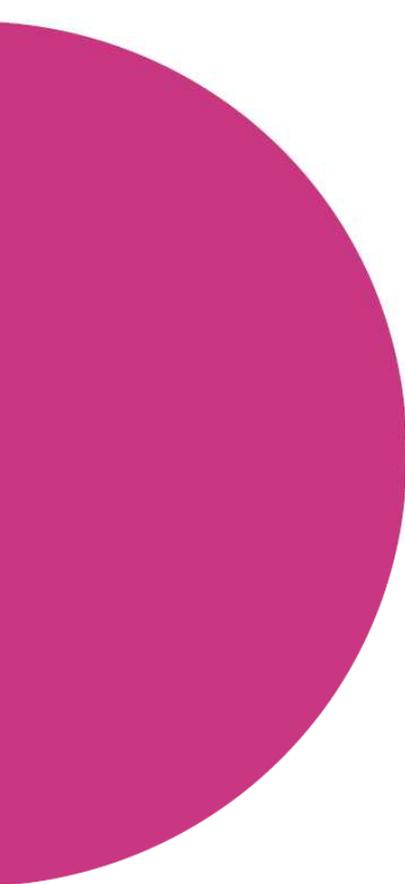
SPOT

<http://goo.gl/8Tbnz1>

Highlights

Dubai Strategic Plan (2015)

lab



PDF

<http://goo.gl/DStWXI>

SPOT

<http://goo.gl/2Y1l2b>

Andalucía

Planificación Turística Integral
de Andalucía

**Plan Director de
Promoción Turística
de Andalucía**
2013-2016

lab



PRODUCTO

Tendencias OMT

Incremento de las **TIC** tanto en **planificación como en la visita**.

Los viajes y las vacaciones serán más **personalizados**.

Aumento de los modelos de negocio de **bajo coste**.

Habrà un cambio demogràfico porque se producirà un progresivo **envejecimiento** de la poblaci3n europea. Por tanto, serà necesario una **adaptaci3n del sector** a este nicho de mercado.

Hay una tendencia al denominado "**LOHAS**": "Lifestyle of Health and Sustainability" que supone una mayor **conciencia ecol3gica** por parte de los turistas, asì como el inter3s por la salud y el bienestar como actividades de ocio.

¿Turismo experiencial?



DISTRIBUCIÓN

Tendencias PhoCusWright / eRevMax

Comercio electrónico => Turismo 2.0 => **Dispositivos 7x24** en tiempo real

Incremento de reservas de **última hora**

Oferta y consumo colaborativo. Clientes conectados de forma permanente. Incremento de plataformas centradas en **geolocalización** (Groupon), **telemetría** (Techideas, Beacons) **asociativas** (Triping), **p2p** (Airbnb) y **metabuscadore**s (Booking)

La **Innovación** será el factor clave en la distribución

Feedback: las estrategias en **redes sociales**, **SEO** y **Analytics** serán aún más fundamentales para la gestión del negocio. El 81% de los internautas tienen ya en cuenta la reputación online para elegir su viaje.



PRECIO

Se estrecha aún más la relación **calidad-precio**

Valor/Precio. Valor = aquello por lo que el cliente está dispuesto a pagar

Expansión del Revenue Management (Yield management): tratar de poner a la venta el producto adecuado, para el cliente adecuado, en el momento adecuado y al precio adecuado

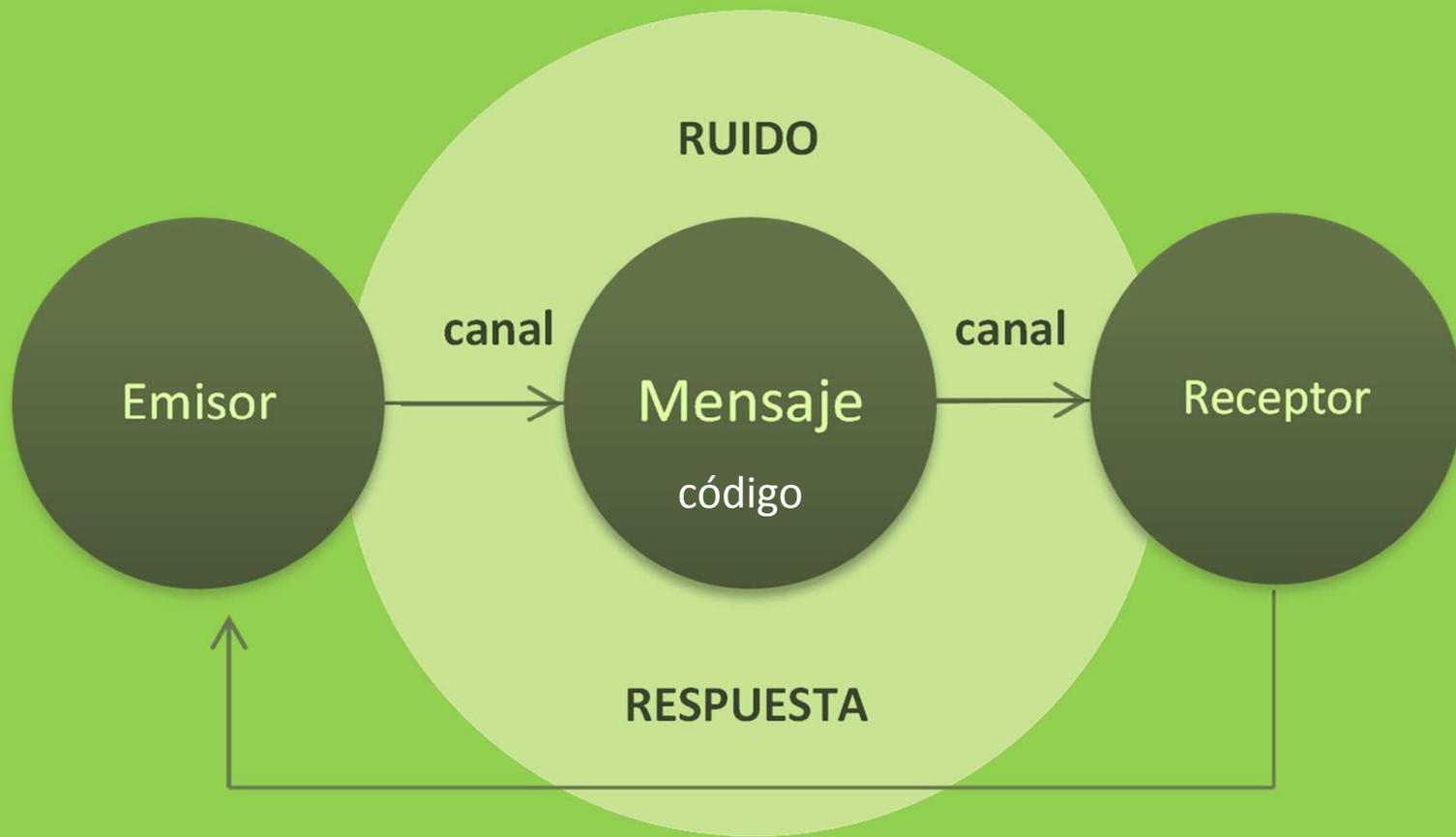
1 cliente = 1 precio

Inteligencia artificial y big data: permite la creación y recomendación automática de paquetes dinámicos personalizados, combinando transporte, alojamiento, ocio, coche de alquiler y traslados (IzzynGo)

La **Innovación** será el factor clave en la fijación de precios

PROMOCIÓN

Tendencias: PROMOCIÓN ON LINE



PROMOCIÓN

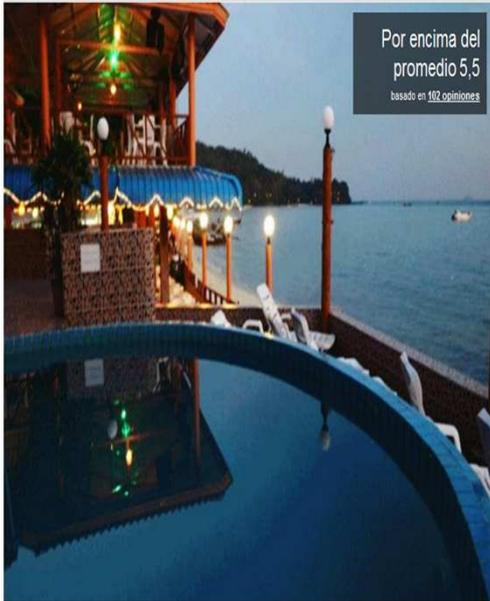
Phi Phi Donchukit Resort ★★ ★

1 Moo. 7 T. Ao Nang A.Mung Krabi, Bahía Ton Sai, Koh Phi Phi, Tailandia 81000 [Ver mapa](#)

[¡Reserva ahora!](#)

[Añadir a mis favoritos](#)

Por encima del promedio 5.5
basado en 102 opiniones



Área: Bahía Ton Sai Habitaciones: 150

[Me gusta](#) Regístrate para ver qué les gusta a tus amigos.



Phi Phi Don Chukit Resort "Happiness in the arms of the sea"

HOME | ROOMS | FACILITIES | LOCATION | RATES | GALLERY | RESERVATIONS | LINKS

Coffee on the beach
By Chae Chae Cafe!

Krabi To Phi Phi Daily Boat

Phi Phi Andaman Cruise

Phi Phi Boat Trip

How to Get To Koh Phi Phi

¡El más elegido!

Estándar con aire acondicionado
(Garden standard)

53,67
25,08 EUR

1

[¡Reservar!](#)

¡Última habitación disponible!

Desayuno incluido
NO incluido en el precio de la habitación:
Gastos de gestión 10,0 %, Impuesto del hotel 7,0 %

Info / Foto

Condiciones de Reserva

¿por qué son tan bajas las tarifas de agoda?

De lujo con vistas al jardín
(Chukit garden deluxe)

70,19
32,80 EUR

0

[¡Reservar!](#)

¡Últimas 2 habitaciones disponibles!

Desayuno incluido
NO incluido en el precio de la habitación:
Gastos de gestión 10,0 %, Impuesto del hotel 7,0 %

Info / Foto

Condiciones de Reserva

¿por qué son tan bajas las tarifas de agoda?



PROMOCIÓN



bit.ly/andalucialab

ajgalisteo@gmail.com