



INNOVACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO

CARLOS ROMERO DEXEUS
SEGITTUR

*TODA EMPRESA, SEA GRANDE O PEQUEÑA,
PARTICIPA EN EL CAMBIO TECNOLÓGICO COMO
ORIGINARIA, USUARIA O VICTIMA DE LA
INNOVACIÓN TECNOLÓGICA*



Sometimes it's the smaller
business that has more
freedom to innovate.

INNOVANDO EN UN ENTORNO VOLÁTIL, INCIERTO, COMPLEJO Y CAMBIANTE

Las amenazas y oportunidades son globales y no siempre proceden de la propia industria

El sector turístico no es ajeno al entorno económico, político, geoestratégico y tecnológico

INNOVAR ES GENERAR VALOR TRANSFORMADO LO QUE HACEMOS



LOS GRANDES RETOS SOCIALES

- *CAMBIOS SOCIO-DEMOGRÁFICOS, SALUD Y BIENESTAR*
- *SOSTENIBILIDAD DE LOS VIGENTES MODELOS DE DESARROLLO*
- *ENERGÍA SEGURA, EFICIENTE Y LIMPIA*
- *POLARIZACIÓN DE LA RIQUEZA*
- *TRANSPORTE SOSTENIBLE, INTELIGENTE E INTEGRADO*
- *SEGURIDAD, PROTECCIÓN Y DEFENSA*
- *ECONOMÍA Y SOCIEDAD DIGITAL*

LOS GRANDES RETOS TECNOLÓGICOS



10 *GRANDES RETOS DEL SECTOR TURÍSTICO*

1

UNA INDUSTRIA CADA VEZ MÁS
FRAGMENTADA, COMPETITIVA Y
COMPLEJA

2

UNA INDUSTRIA CADA VEZ MÁS
DEPENDIENTE DE LA TECNOLOGÍA

3

UNA INDUSTRIA SOMETIDA A LA LÓGICA
DE LA ESCALABILIDAD Y EL VOLUMEN

4

UNA INDUSTRIA **OMNIPRESENTE**:
DONDE Y CUANDO LA NECESITAS

5

UNA INDUSTRIA EN LA QUE LA
DISPONIBILIDAD, EL PRECIO Y LA PROVISIÓN
DEL SERVICIO DEBE SER INSTANTÁNEO

6

UNA INDUSTRIA EN MIGRACIÓN
ACCELERADA HACIA EL CANAL MÓVIL

7

UNA INDUSTRIA DOMINADA POR LOS
DUEÑOS DEL TRÁFICO:
LOS RE-INTERMEDIARIOS ONLINE

UNA INDUSTRIA SOMETIDA A LA PRESIÓN DE
NUEVOS ACTORES Y SUS NUEVAS REGLAS

8

SOSTENIBILIDAD, ECONOMÍA CIRCULAR Y DESTINOS ENDÉMICOS

9

UNA INDUSTRIA EN LA QUE LA
RECOMENDACIÓN Y LA PRESCRIPCIÓN DE
USUARIOS ES UN VALOR EN ALZA

10

UNA INDUSTRIA DE CLIENTES MUY DIVERSOS,
DIGITALES, CONECTADOS Y CURIOSOS QUE
CONTRATAN SERVICIOS LOCALES EN DESTINO

LOS NUEVOS CAMPOS DE BATALLA DE LA INNOVACIÓN TURÍSTICA





EL MÓVIL COMO PLATAFORMA



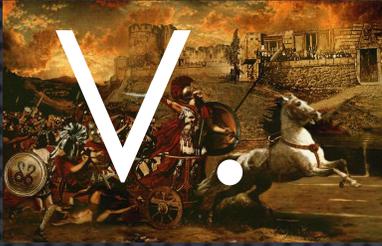
LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE DIRECTO



GRAN PARTE DE LAS ACTIVIDADES Y
EXPERIENCIAS EN LOS DESTINOS NO SON
TRANSACCIONALES DIGITALMENTE



PERSONALIZACIÓN Y DIFERENCIACIÓN CONTEXTUALIZADA Y EN TIEMPO REAL



EL TERRITORIO COMO PLATAFORMA: *SMART DESTINATIONS*

*(SOSTENIBLES, ACCESIBLES, TECNOLÓGICOS E
INNOVADORES)*



DEL BIG DATA AL SMART DATA



EL LENGUAJE COMO PLATAFORMA: LA MEJOR
INTERFACE DE USUARIO EN EL ENTORNO MÓVIL

ESTAMOS APRENDIENDO A ESCUCHAR PERO
QUEREMOS **APRENDER TAMBIÉN A HABLAR**: BOTS,
CHATBOTS, ASISTENTES VIRTUALES, ROBOTS...LA
PROXIMA FRONTERA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA

¿QUÉ VEMOS?



¿QUÉ VEMOS?



¿QUÉ VEMOS?



SI CAMBIAMOS LA FORMA DE
VER LAS COSAS LAS COSAS
CAMBIAN DE FORMA

CREER ES CREAR

INNOVAR ES CREER QUE ES POSIBLE

GRACIAS