



Compromiso
de Calidad Turística

Boletín SICTED

Fitur Know_How & Export cumple 10 años

Fitur Know-How & Export, la iniciativa creada por SEGITTUR y FITUR, en colaboración con ICEX España Exportación e Inversiones, cumple diez años impulsando la internacionalización de soluciones tecnológicas españolas para el turismo. A lo largo de esta década, se ha consolidado como un espacio de referencia para el sector turístico y ya son más de 300 las empresas que han pasado por él. De hecho, el porcentaje de fidelidad es muy alto, pues algunas de ellas han estado en más de siete ediciones.

El presidente de SEGITTUR, Enrique Martínez, ha destacado la importancia de esta iniciativa, que cada año despierta mayor interés, ya que constituye un escaparate internacional y una ventana al conocimiento y experiencia de las empresas españolas expertas en tecnología para el turismo.

Actualidad

Catálogo de soluciones tecnológicas para destinos turísticos inteligentes 2022

SEGITTUR ha elaborado la segunda edición del catálogo de soluciones tecnológicas para los Destinos Turísticos Inteligentes, cuyo objetivo es recopilar diferentes productos y servicios que ayudan a los destinos en su conversión para ser un destino turístico inteligente. En esta nueva edición se recogen 251 soluciones y servicios, lo que representa un aumento del 48% respecto al número anterior, de 2021. Todas las soluciones están categorizadas en línea con los ejes del modelo Destino Turístico Inteligente: gobernanza, sostenibilidad, innovación, tecnología y accesibilidad. A estos cinco grandes ejes se ha sumado una categoría adicional 'Covid-19', para clasificar a las soluciones que permiten trabajar en este ámbito.



AIMAGRO
turismo



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



Las tendencias del turismo internacional en España

El turismo internacional en España ha experimentado una tímida mejora en 2021, según los datos de Frontur. Sin embargo, se observan tendencias llamativas en cuanto al alojamiento, la duración de la estancia y la evolución del paquete turístico. Si nos centramos en primer lugar en el origen de los turistas, al igual que sucedió en 2020, el principal mercado emisor fue Francia, seguido de Alemania y Reino Unido. Optaron mayoritariamente por el alojamiento hotelero, con 20 millones de llegadas, un 87% más que el año anterior. Y las estancias se alargan, pues los turistas que pernoctaron de 8 a 15 noches en España fueron el segmento que registró un crecimiento más intenso el año pasado, del 97%.

Los Hoteles doblan los ingresos en 2021

El Barómetro del Sector Hotelero correspondiente al cierre del ejercicio 2021 demuestra que la industria hotelera ha iniciado la recuperación tras los momentos más duros de la pandemia. De hecho, España ha logrado en 2021 una ocupación global en sus hoteles del 31,6%, un 68% más que en 2020.

La Costa del Sol demuestra que es uno de los destinos actualmente más interesantes del conjunto de España. Málaga logra la mejor ocupación de toda España con un 51% en el conjunto del año, que supone un crecimiento del 95% respecto a 2020.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO





Aprende

Estrategias digitales y experiencias innovadoras para el sector turismo

Los hábitos de consumo de los usuarios han cambiado a raíz de la nueva normalidad en la industria del turismo. Y es importante conocerlos y comprenderlos para diseñar servicios y experiencias innovadoras capaces de satisfacer esas nuevas demandas. ¿Cómo? Hay herramientas y metodologías, como Google Analytics o Service Design, entre otras, que te ayudarán a desarrollar habilidades para mapear tendencias, diseñar propuestas de valor diferenciales y aplicar estrategias de marketing digital.

En este curso, cuyo programa académico ha sido diseñado entre Google y la Pontificia Universidad Javeriana, aprenderás a usarlas para diseñar, comunicar e implementar ofertas de valor que trasciendan un producto/servicio y generen momentos memorables para el cliente.

Las redes sociales como canal de venta

Las redes sociales se han convertido en un escaparate fundamental para todas las empresas, incluidas las del sector turismo. Mostrar la experiencia y los servicios que ofrecemos al cliente es fundamental, pero hacerlo de una forma diferencial es clave para que nos elijan. Es probable que ya tengas un perfil de tu empresa en las redes sociales, pero ¿sigues la estrategia adecuada? Para conectar con tu público objetivo, enamorarlos y guiarlos hasta la reserva, primero tienes que conocerlos bien y aprender a hablarles directamente a ellos. En este curso te explican cómo hacerlo.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

