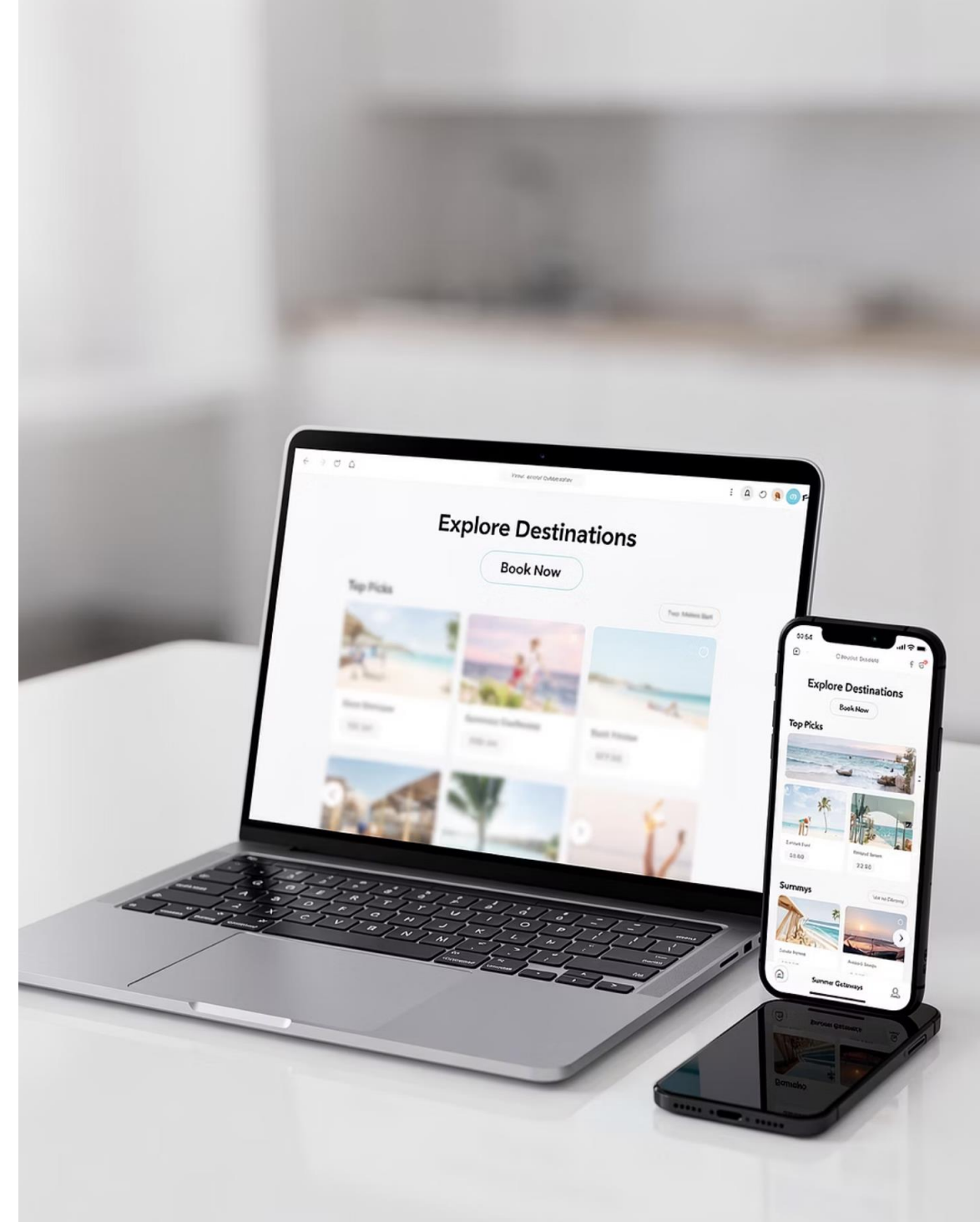


Plataformas de Gestión de Reservas

Herramientas digitales para la distribución, automatización y comercialización de servicios turísticos

MÓDULO DE FORMACIÓN TURÍSTICA



FORMADOR



Ángel Barbero

Ángel Barbero es experto en transformación digital y estrategia empresarial, con más de 28 años impulsando la innovación y el desarrollo de negocios en España e internacionalmente.

Como Senior Manager en Indra Group y profesor asociado en ESCP Business School, destaca por integrar metodologías disruptivas y liderar proyectos en diferentes sectores, entre los que destaca el de Turismo.

Forbes lo reconoció como uno de los 40 principales futuristas en España, enfocando su carrera en impulsar empresas sostenibles y de alto impacto.



Escanea el código para acceder a la lista de asistencia

Preguntas de Diagnóstico

Antes de comenzar, reflexiona sobre la situación actual de tu negocio turístico:

Gestión de reservas

¿Cómo gestionáis actualmente las reservas? (teléfono, correo, WhatsApp, plataformas online...)

Canales de venta

¿En qué canales vendéis vuestros servicios? (web propia, Booking, Airbnb, redes sociales...)

Reserva directa

¿Tenéis en vuestra web la posibilidad de reservar directamente vuestros servicios o actividades?

Control de disponibilidad

¿Utilizáis alguna herramienta digital para controlar la disponibilidad de habitaciones, plazas o actividades?

Canal principal

¿Qué canal de venta os genera actualmente más reservas o clientes?

Dificultades y objetivos

¿Cuál es vuestra principal dificultad al gestionar reservas? ¿Qué herramientas os gustaría aprender?

Índice del Módulo

01

Introducción

Transformación digital y distribución online en turismo

03

Riesgos sin herramientas

Overbooking, disparidad de precios y gestión manual

05

La IA al servicio de la PYME turística

Datos, indicadores y toma de decisiones

07

Taller práctico

Elección de plataforma y plan de implantación

02

Canales de venta

Web propia, OTAs, metabuscadores y GDS

04

Ecosistema tecnológico

PMS, motor de reservas, channel manager y RMS

06

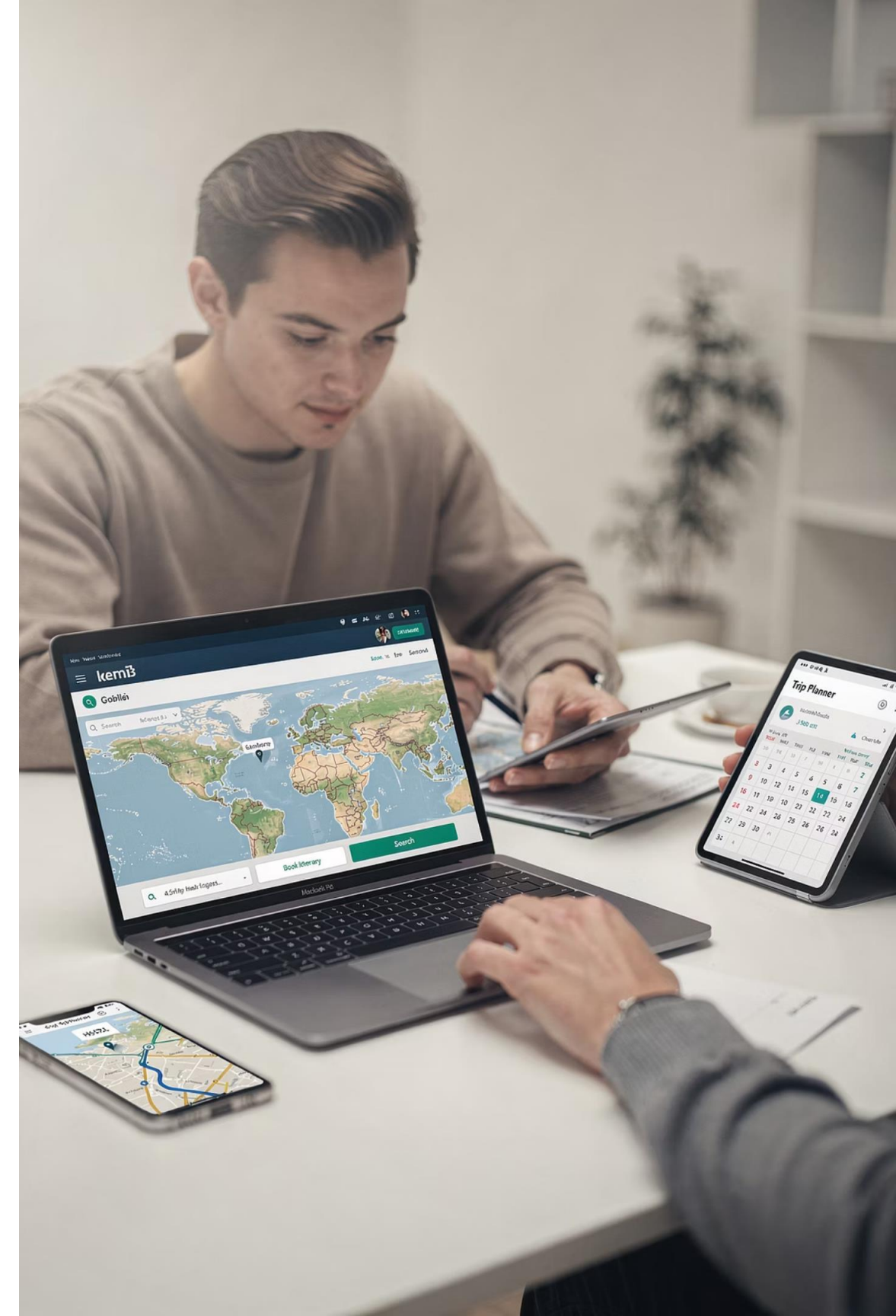
Revenue y reporting

Datos, indicadores y toma de decisiones

Introducción

En los últimos años, la forma en que los viajeros buscan, comparan y reservan servicios turísticos ha cambiado de forma significativa. La mayor parte de las decisiones de viaje se toman a través de internet, plataformas digitales y dispositivos móviles.

Las plataformas de gestión de reservas y las herramientas digitales de distribución se han convertido en elementos clave para mejorar la visibilidad, optimizar la gestión del negocio y facilitar la comercialización de productos turísticos.



Objetivos del Módulo



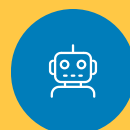
Gestión de reservas

Comprender cómo funcionan las principales herramientas de reservas



Distribución online

Conocer los canales de distribución turística digital



Automatización

Aprender a automatizar procesos operativos del negocio



Análisis de datos

Utilizar datos para mejorar la toma de decisiones estratégicas



CAPÍTULO 1

Introducción a la Distribución Online

¿Qué es la Transformación Digital en Turismo?

La transformación digital en turismo es el proceso mediante el cual las empresas turísticas incorporan herramientas tecnológicas para mejorar la gestión, aumentar las ventas y adaptarse a los nuevos hábitos de los viajeros. No implica únicamente tener presencia en internet, sino integrar tecnología en diferentes áreas del negocio.

Promoción y marketing

Comercialización y reservas

Gestión operativa

Atención al cliente

Análisis de datos

El Viajero Digital de Hoy

El comportamiento del turista ha cambiado significativamente. Hoy el viajero planifica de forma autónoma, usando buscadores, comparadores y plataformas de reservas.

- Busca inspiración en **redes sociales y blogs** de viajes
- Compara precios en **diferentes plataformas online**
- Consulta **opiniones de otros viajeros** antes de decidir
- Reserva directamente desde el **móvil u ordenador**
- Espera **confirmaciones automáticas** e información inmediata

Tendencias del Turismo Digital

+70%

Reservas online

Más del 70% de las reservas turísticas se realizan a través de internet

#1

El smartphone

Se ha convertido en el principal dispositivo de reserva turística

100%

Reputación online

Las opiniones digitales influyen directamente en la decisión de compra

Desafíos de las Pymes Turísticas

Retos más frecuentes

- Falta de conocimientos tecnológicos o formación digital
- Limitaciones presupuestarias para invertir en tecnología
- Desconocimiento sobre qué herramientas utilizar
- Dependencia de procesos manuales de gestión
- Dificultad para gestionar múltiples canales de venta

Contexto Río Miño

En destinos rurales y naturales como el territorio del Río Miño, estas dificultades son aún más evidentes. Muchas empresas han trabajado tradicionalmente con reservas directas por teléfono o correo electrónico, lo que limita su capacidad de crecimiento y visibilidad en el mercado digital.

Beneficios de la Digitalización



Venta 24/7

Posibilidad de vender durante las 24 horas del día sin necesidad de atención directa



Menos tareas repetitivas

Reducción de tareas administrativas repetitivas y mejora de la organización interna



Mercados globales

Acceso a mercados nacionales e internacionales que antes eran inaccesibles



Decisiones estratégicas

Capacidad de analizar datos y tomar decisiones estratégicas basadas en información real

Caso Práctico: Empresa de Turismo Activo en Caminha

✗ Antes de digitalizarse

- Reservas gestionadas por teléfono
- Calendario manual en agenda
- Dificultad para organizar grupos grandes
- Pérdida de reservas fuera del horario de atención

✓ Después de digitalizarse

- Web con motor de reservas
- Gestión automática de disponibilidad
- Pagos online
- Confirmaciones automáticas por correo electrónico

Resultados

Aumento de reservas, reducción del trabajo administrativo y mejora en la experiencia del cliente.

El reto de la Inteligencia Artificial

El 89% de los consumidores **quiere usar IA en la planificación futura de sus viajes**. Los asistentes de IA ya son considerados por algunos consumidores **una fuente más confiable que bloggers de viaje o influencers: 24% frente a 19% y 14%, respectivamente.**

“The Global AI Sentiment Report”
(Booking .com, Julio 2025)

La IA entra en la distribución turística

Antes

Reserva directa tradicional
Teléfono · email ·
oficina · recomendación personal

Hoy

Distribución online
Web · OTAs ·
metabuscadores · redes sociales · Google
Maps

Lo que viene

Distribución asistida por IA · asistentes de viaje
· recomendaciones automáticas · agentes
personales

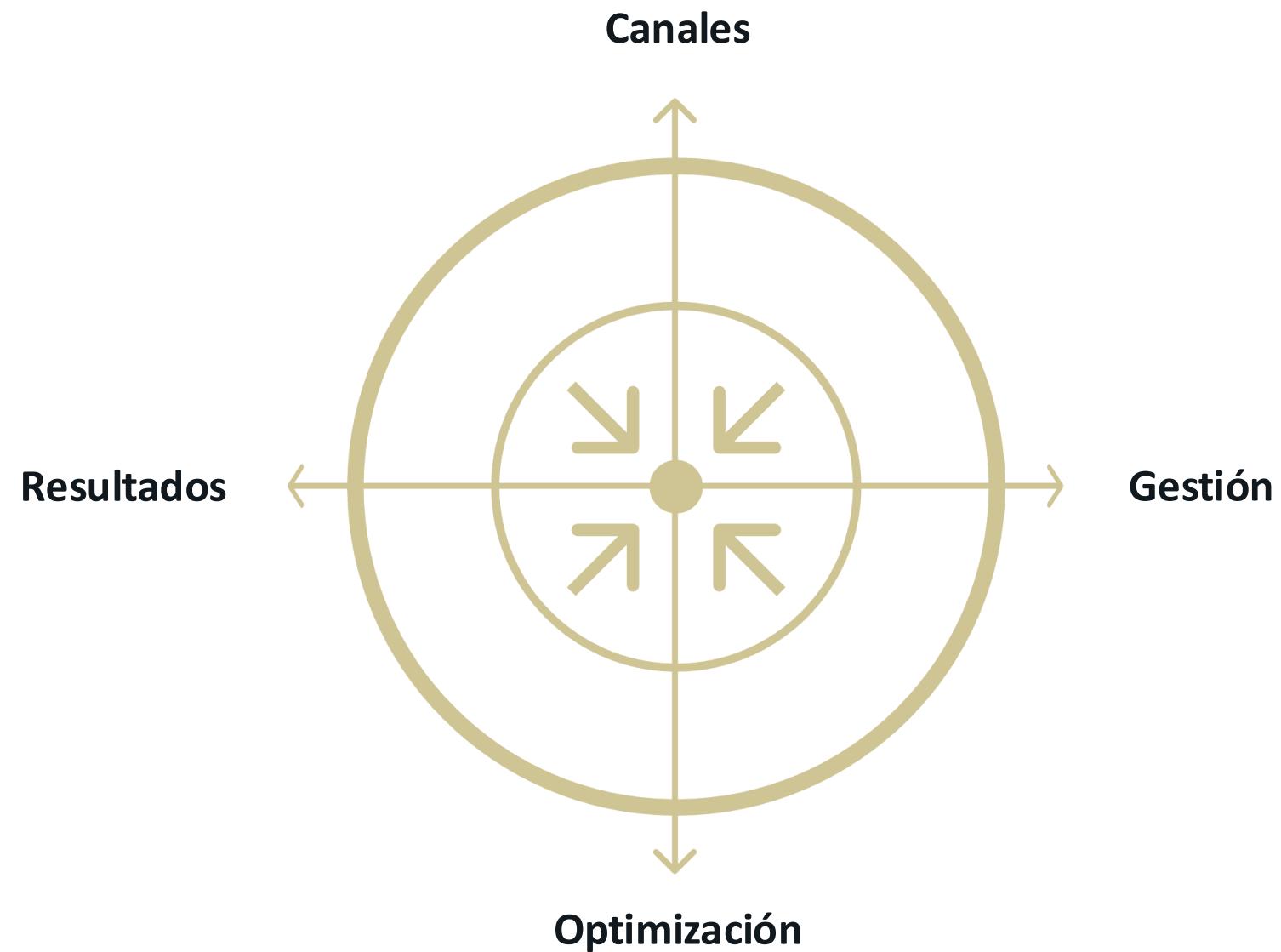
CAPÍTULO 1.2

Canales de Venta: Web, OTAs, Metabuscadores y GDS



¿Qué es la Distribución Turística Digital?

La distribución turística se refiere al conjunto de canales a través de los cuales una empresa pone a la venta sus productos o servicios turísticos. En el entorno digital actual, las empresas pueden utilizar múltiples canales simultáneamente para llegar a diferentes tipos de clientes y mercados.



La estrategia de distribución consiste en decidir en qué plataformas vender y cómo gestionar esos canales de forma eficiente.

La Web Propia: Canal de Venta Directa

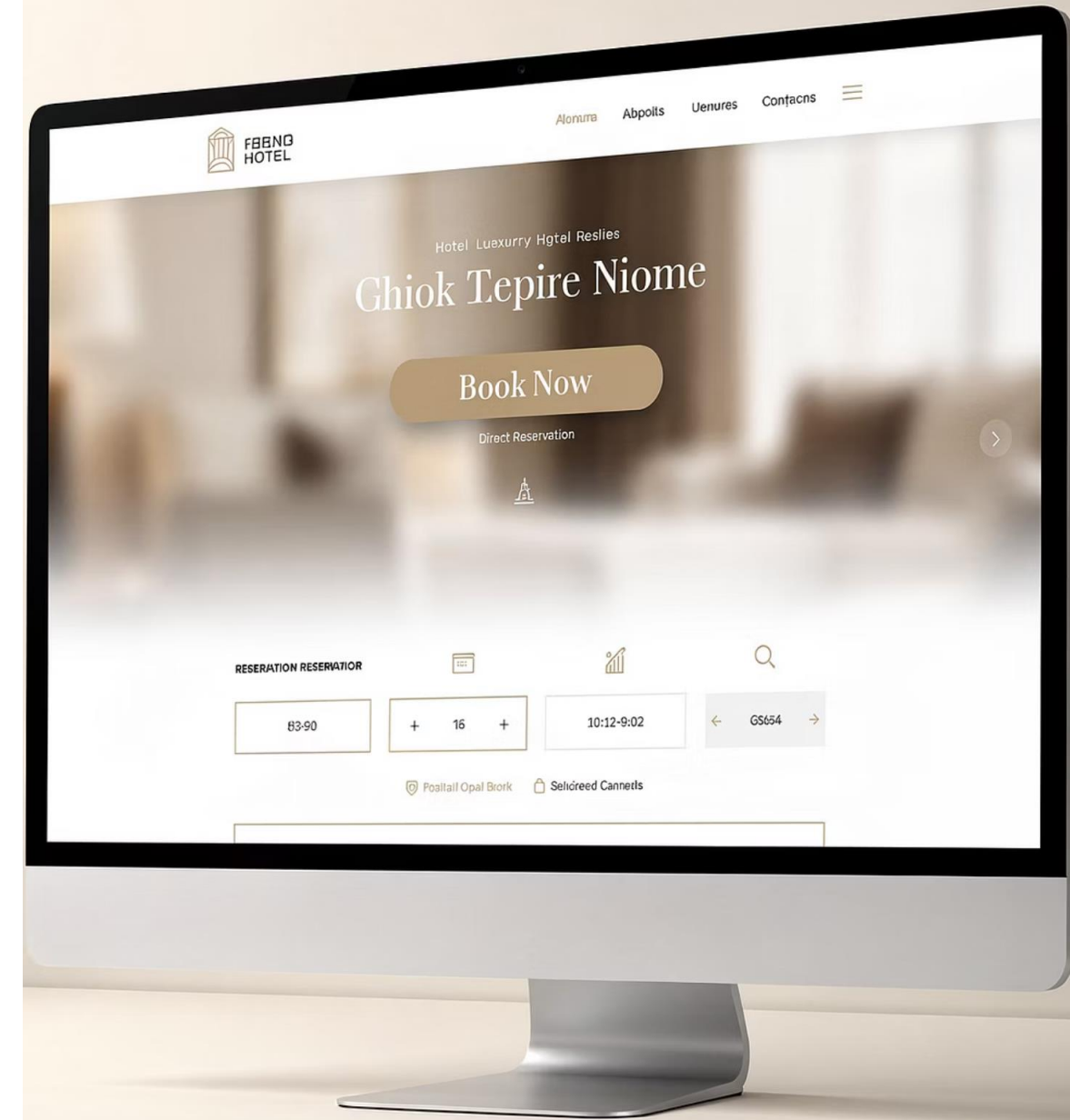
La página web del negocio es el canal más importante para la venta directa. Permite mostrar servicios, transmitir identidad y recibir reservas sin intermediarios.

✓ Ventajas

- Mayor margen al no pagar comisiones
- Control total sobre los precios
- Fidelización del cliente
- Acceso directo a datos del cliente

⚠ Requisitos

- Motor de reservas integrado
- Posicionamiento en buscadores (SEO)
- Inversión en marketing digital



OTAs: Agencias de Viaje Online



Las OTAs son plataformas digitales que actúan como intermediarios entre las empresas turísticas y los viajeros. Ejemplos: **Booking, Expedia, Airbnb, GetYourGuide, Civitatis.**

Ventajas

- Gran visibilidad internacional
- Acceso a millones de usuarios
- Confianza para el cliente
- Promoción incluida en la plataforma

Desventajas

- Comisiones que pueden superar el 15%
- Menor control sobre la relación con el cliente
- Competencia directa con otros establecimientos

  Un pequeño hotel en Vila Nova de Cerveira puede usar Booking para atraer turistas internacionales que no conocen el destino.

Metabuscadores y GDS

Metabuscadores

Plataformas que comparan precios de diferentes sitios web. Ejemplos: **Google Travel, Trivago, Kayak.**

- El usuario busca y el metabuscador compara precios
- Redirige al usuario al sitio de reserva
- Gran visibilidad, pero alta competencia en precios

GDS (Global Distribution Systems)

Sistemas usados por agencias de viajes y operadores. Ejemplos: **Amadeus, Sabre, Galileo.**

- Acceso a hoteles, vuelos, coches y paquetes
- Más habitual en hoteles grandes o cadenas
- Alojamientos independientes pueden conectarse mediante intermediarios tecnológicos

Estrategia Multicanal en el Río Miño

Un alojamiento rural en el territorio del Río Miño puede combinar múltiples canales para maximizar su visibilidad y diversificar sus fuentes de reservas:



Web propia

Venta directa sin comisiones



Booking

Mercado internacional



Airbnb

Viajeros jóvenes



GDS

Agencias conectadas



CAPÍTULO 1.3

Riesgos Típicos sin Herramientas de Gestión



El Problema del Overbooking

El overbooking se produce cuando se venden más plazas o habitaciones de las disponibles. Es uno de los errores más frecuentes al gestionar múltiples canales sin herramientas tecnológicas.

Ejemplo: Casa rural con 4 habitaciones

- 2 reservas en Booking
- 1 reserva por teléfono
- 1 reserva en Airbnb

Si no se actualiza la disponibilidad en todas las plataformas → **doble reserva**.

Consecuencias

- Cliente sin alojamiento
- Pérdida de reputación online
- Compensaciones económicas obligatorias

Otros Riesgos de la Gestión Manual

Disparidad de precios

Si los precios no se actualizan en todos los canales pueden aparecer diferencias. Ejemplo: web del hotel → 90€ / Booking → 85€.
Consecuencia: el cliente pierde confianza y las plataformas pueden penalizar.

Gestión manual compleja

Muchas pymes gestionan reservas con hojas de Excel, agendas y correos. Esto genera pérdida de información, errores humanos y dificultad para organizar reservas.

Falta de datos para decidir

Sin herramientas tecnológicas es difícil analizar qué canal genera más reservas, qué temporada es más rentable o qué tipo de cliente visita el destino.



CAPÍTULO 2

Ecosistema Tecnológico: PMS, Motor de Reservas, Channel Manager y RMS

¿Qué es un PMS?

Un **PMS (Property Management System)** es un software diseñado para gestionar las operaciones diarias de un alojamiento turístico. Permite centralizar toda la información del negocio en un único sistema digital y se considera el **centro del ecosistema tecnológico** porque conecta diferentes herramientas y canales de venta.

Reservas

Gestión y control de disponibilidad

Clientes

Registro, check-in y check-out

Facturación

Pagos e informes de ocupación

Housekeeping

Gestión de limpieza y mantenimiento

Beneficios del PMS para Pequeñas Empresas

Ventajas principales

- Centraliza toda la información en un único lugar
- Reduce errores en la gestión de reservas
- Facilita la organización diaria del establecimiento
- Permite consultar la ocupación en tiempo real
- Mejora la eficiencia operativa del negocio

Ejemplo: Hotel en Salvaterra do Miño

Con un PMS el hotel puede visualizar todas las reservas del día, saber qué habitaciones están ocupadas, registrar datos de huéspedes, emitir facturas automáticamente y generar informes de ocupación mensual.

Esto evita depender de agendas o hojas de cálculo.


☆ No todos los PMS son iguales: la mejor elección depende del tipo de alojamiento, el tamaño del negocio y el nivel de digitalización.



Sistemas PMS para PYMEs turísticas

Comparativa orientativa para hoteles independientes, casas rurales, hostales, B&B y apartamentos turísticos en España.


	 Cloudbeds	 Mews	 Amenitiz	 RoomRaccoon	 WuBook
 Ideal para	Hoteles pequeños, hostales y alojamientos independientes que quieren una plataforma amplia de gestión.	Hoteles urbanos pequeños y medianos, boutique hotels y alojamientos con foco en automatización.	Casas rurales, B&B, pequeños hoteles y negocios independientes que buscan simplicidad.	Hoteles boutique, apartamentos turísticos y alojamientos pequeños con cierta ambición de crecimiento.	Hoteles pequeños, hostales, casas rurales y alojamientos con presupuesto ajustado.
 Puntos fuertes	<ul style="list-style-type: none"> Solución todo en uno. Buen PMS + channel manager + motor de reservas. Amplias integraciones. Bien orientado a operación hotelera. 	<ul style="list-style-type: none"> Muy orientado a automatización. Buena experiencia de usuario. Check-in, pagos y operación moderna. Fuerte enfoque cloud. 	<ul style="list-style-type: none"> Enfoque muy accesible. Website + motor + PMS + channel manager. Buena usabilidad. Pensado para independientes. 	<ul style="list-style-type: none"> PMS con automatización y revenue. Buen equilibrio entre funcionalidad y facilidad. Motor de reservas y herramientas comerciales. Pensado para pequeños hoteles y grupos pequeños. 	<ul style="list-style-type: none"> Solución flexible y funcional. Buen control operativo básico. Enfoque práctico. Buena relación funcionalidad/coste.
 Posibles límites	Puede resultar más completo que sencillo para negocios muy pequeños.	Puede encajar menos en negocios muy tradicionales o muy pequeños.	Menor profundidad que soluciones más avanzadas para operaciones complejas.	Menos conocido por parte de algunas PYMEs y puede requerir adaptación inicial.	Interfaz y experiencia algo menos modernas que otras alternativas.
 Complejidad de implantación	Media-Alta	Media-Alta	Baja-Media	Media	Media
 Recomendación	★ Muy buena opción si buscas una suite robusta para profesionalizar la gestión.	★ Recomendable si priorizas automatización y una operativa moderna.	★ Muy adecuada para pequeños negocios que quieren centralizar sin complicarse demasiado.	★ Interesante si buscas una opción moderna con buen equilibrio entre operación y venta.	★ Opción recomendable si priorizas coste contenido y funcionalidad suficiente.


 Los planes, integraciones y precios pueden variar según tamaño del alojamiento, módulos activados y necesidades de soporte. Conviene solicitar demo y presupuesto adaptado.


Legenda de complejidad: ● Baja ● Media ● Alta

¿Cómo elegir?

 **1. Tipo de negocio**
Hotel, casa rural, hostel o apartamento.

 **2. Tamaño y operación**
Número de habitaciones/ unidades y complejidad diaria.

 **3. Nivel de digitalización**
Si necesitas algo simple o una suite más completa.

 **4. Objetivo principal**
Ahorrar tiempo, evitar errores, vender más directo o escalar.

El Motor de Reservas Online

Un **motor de reservas** es una herramienta que permite a los clientes realizar reservas directamente desde la página web de la empresa turística, mostrando disponibilidad en tiempo real mediante un calendario interactivo.



¿Cómo Funciona un Motor de Reservas?



Muchos motores de reservas permiten además aplicar promociones, ofrecer extras (desayuno, actividades) y gestionar tarifas diferentes según temporada.

Ventajas del Motor de Reservas



Más reservas directas

Aumenta las reservas directas y reduce la dependencia de intermediarios y OTAs



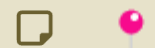
Pago online

Facilita el pago online y mejora la experiencia del cliente durante el proceso de reserva



Control de disponibilidad

Evita errores en la disponibilidad y actualiza automáticamente las plazas en tiempo real


 Ejemplo Río Miño: Una bodega en Monção que ofrece visitas enoturísticas puede permitir seleccionar fecha, horario y número de personas, y pagar online, evitando gestionar reservas por teléfono.



Motores de reservas para PYMEs turísticas

Comparativa orientativa para hoteles independientes, casas rurales, hostales, B&B y apartamentos turísticos en España.

	 Amenitiz	 SiteMinder Direct Booking	 Bookline	 Lodgify	 WuBook Booking Engine
 Ideal para	Casas rurales, B&B y pequeños alojamientos que buscan web + motor + gestión sencilla.	Hoteles pequeños y medianos que quieren reforzar venta directa y conectarla a su ecosistema de distribución.	Hoteles independientes y cadenas pequeñas que buscan un motor robusto y orientado a conversión.	Apartamentos turísticos, alquiler vacacional y pequeños gestores de viviendas turísticas.	Hoteles pequeños, hostales y alojamientos con presupuesto ajustado.
 Puntos fuertes	<ul style="list-style-type: none">Muy accesible para independientes.Integración con web propia.Buena usabilidad.	<ul style="list-style-type: none">Buen enfoque comercial.Integración con channel manager y metasearch.Pensado para captación directa.	<ul style="list-style-type: none">Enfoque hotelero.Buenas capacidades comerciales.Personalización y venta directa.	<ul style="list-style-type: none">Muy orientado a vacation rentals.Web y motor propios.Buena conexión con canales.	<ul style="list-style-type: none">Solución funcional.Control de tarifas y disponibilidad.Buena relación funcionalidad / coste.
 Posibles límites	Menor profundidad que soluciones más avanzadas para operaciones complejas.	Puede encajar mejor si ya trabajas dentro del ecosistema SiteMinder.	Puede requerir más configuración inicial que herramientas muy sencillas.	Menos centrado en hotel tradicional.	Interfaz algo menos moderna que otras alternativas.
 Complejidad de implantación	Baja-Media	Media	Media	Baja-Media	Media
 Recomendación	★ Muy recomendable si quieres empezar a vender más directo sin complicarte.	★ Buena opción si tu prioridad es crecer en reserva directa.	★ Interesante si quieres un motor con enfoque más comercial y profesional.	★ Muy adecuada si gestionas apartamentos o alquiler vacacional.	★ Opción recomendable si priorizas coste contenido y funcionalidad básica sólida.

 Los planes, comisiones, integraciones y diseño del motor pueden variar. Conviene revisar la experiencia móvil, la conexión con la web y la integración con PMS / channel manager.

Escala de complejidad:

 Baja

 Media

 Alta



¿Cómo elegir?



1. Tipo de negocio

Hotel, casa rural, hostel o apartamento.



2. Peso de la venta directa

Si tu web es solo informativa o quieres convertir reservas.



3. Nivel de digitalización

Si necesitas algo sencillo o una solución más integrada.



4. Objetivo principal

Vender más directo, reducir dependencia de OTAs o mejorar conversión.

¿Qué es un Channel Manager?

Un **channel manager** es una herramienta que permite gestionar la disponibilidad y los precios en múltiples plataformas de venta online desde un único sistema. Funciona como intermediario entre el PMS y los diferentes canales de distribución.

Booking

Expedia


Airbnb

Agoda

Google Travel

Web propia

Cómo Funciona el Channel Manager



Reserva recibida

Actualiza disponibilidad

Sincronización a canales

Cuando se produce una reserva en uno de los canales, el channel manager actualiza automáticamente la disponibilidad en todos los demás. Esto evita problemas de overbooking, errores de disponibilidad y descoordinación entre plataformas.

Beneficios del Channel Manager

Ventajas principales

- Sincronización automática de disponibilidad
- Actualización de precios en todas las plataformas
- Reducción de errores en las reservas
- Ahorro de tiempo en la gestión
- Control desde un solo panel

Ejemplo: Casa rural en A Guarda

La empresa vende habitaciones en Booking, Airbnb y su propia web. Con un channel manager, cuando se vende una habitación en Booking, automáticamente se bloquea en Airbnb y en la web.

Resultado: Imposible vender la misma habitación dos veces.


☆ No todos los channel manager son iguales: la mejor elección depende del tipo de alojamiento y del nivel de madurez digital.



Sistemas de channel manager para PYMEs turísticas

Comparativa orientativa para hoteles independientes, casas rurales y apartamentos turísticos en España.

	 SiteMinder	 Cloudbeds	 Amenitiz	 Lodgify	 WuBook
 Ideal para	Hoteles pequeños, hostales y alojamientos que venden en muchos canales.	Pequeños hoteles, hostales y alojamientos que buscan una plataforma amplia tipo PMS + channel manager.	Hoteles boutique, B&B, casas rurales y pequeños alojamientos independientes.	Apartamentos turísticos, alquiler vacacional y pequeños gestores de viviendas turísticas.	Hoteles pequeños, hostales y alojamientos con presupuesto ajustado.
 Puntos fuertes	<ul style="list-style-type: none">• Amplia red de canales (450+).• Buena escalabilidad.• Enfoque fuerte en distribución y visibilidad.	<ul style="list-style-type: none">• Solución muy completa.• Channel manager integrado.• Muchas integraciones.• Buen enfoque all-in-one.	<ul style="list-style-type: none">• Enfoque simple.• Website + motor + PMS + channel manager.• Buena usabilidad.• Pensado para independientes.	<ul style="list-style-type: none">• Fuerte orientación a vacation rentals.• Web y motor propios.• Conexión con OTAs principales.	<ul style="list-style-type: none">• Enfoque flexible.• Control de tarifas y disponibilidad.• Buena relación funcionalidad/sencillez.
 Posibles límites	Puede resultar más complejo y más orientado a una gestión profesionalizada.	Más potente que sencilla; puede ser excesivo para negocios muy pequeños.	Menos amplitud o profundidad que soluciones más enterprise.	Menos enfocado al hotel tradicional.	Interfaz y experiencia algo menos modernas que otras alternativas.
 Complejidad de implantación	Media-Alta	Media-Alta	Baja-Media	Baja-Media	Media
 Recomendación	★ Muy buena opción si vendes en muchos canales y quieres crecer.	★ Adecuado si quieres centralizar operaciones y distribución.	★ Muy recomendable para pequeños negocios que quieren simplicidad.	★ Buena opción si gestionas apartamentos o alquiler vacacional.	★ Interesante si buscas una solución funcional y contenida en coste.

 Los planes, integraciones y precios pueden variar. Conviene solicitar demo y presupuesto adaptado al tamaño del alojamiento.

Escala de complejidad:

 Baja

 Media

 Alta



¿Cómo elegir?



1. Tipo de negocio

Hotel, casa rural o apartamento.



2. Número de canales

Si vendes en 2 o en 20 plataformas.



3. Nivel de digitalización

Si necesitas algo simple o una suite más completa.

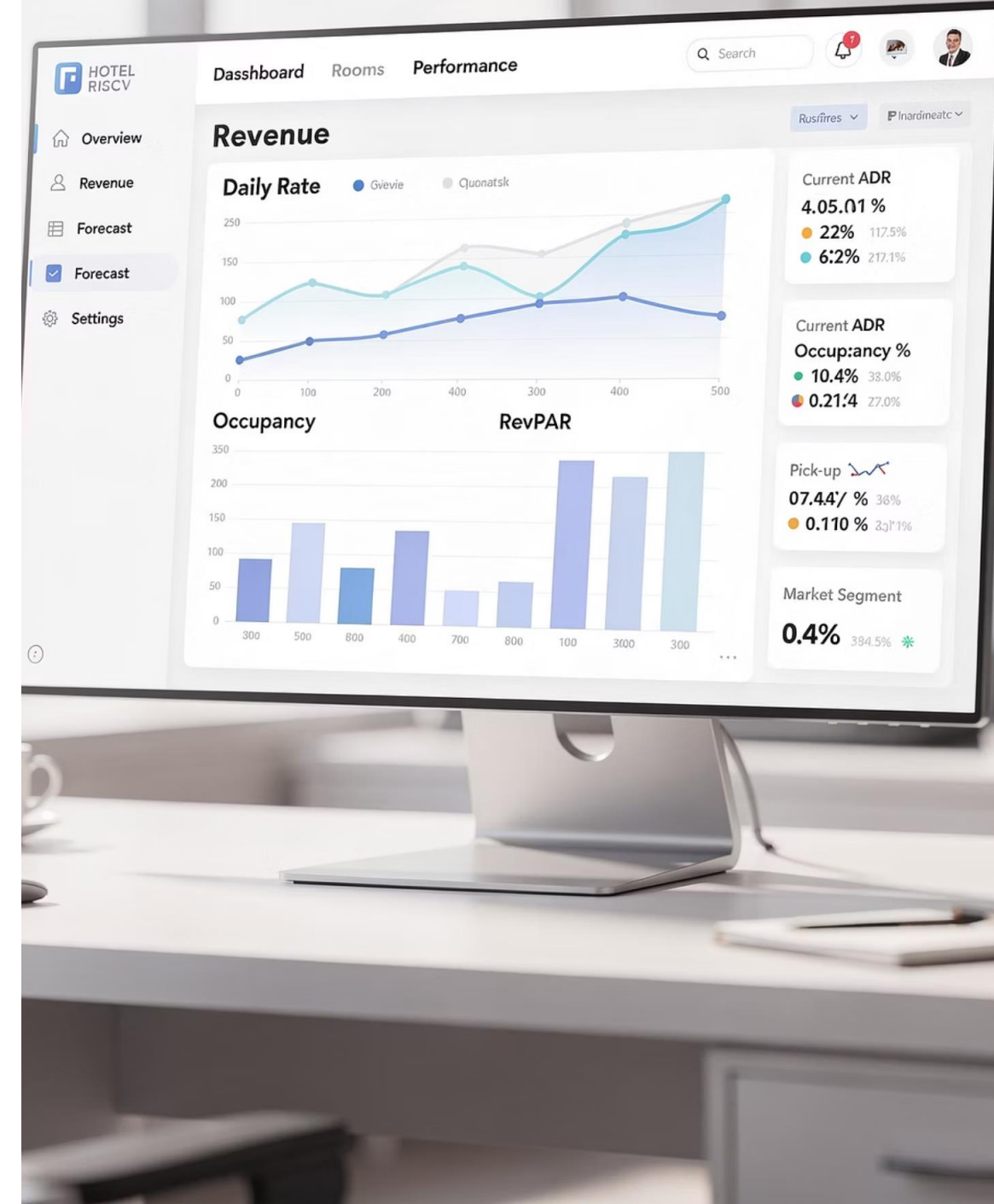


4. Objetivo principal

Evitar overbooking, ganar tiempo, vender más directo o escalar.

RMS: Revenue Management System

Un **RMS (Revenue Management System)** es un sistema que ayuda a optimizar los precios de los servicios turísticos en función de la demanda del mercado, utilizando datos históricos y tendencias de reservas para recomendar o ajustar los precios automáticamente.



Precios Dinámicos con el RMS

El objetivo del revenue management es **maximizar los ingresos** adaptando los precios según la demanda.

80€

Precio base

Habitación hotel rural en el Río Miño

110€

Verano

Alta demanda → precios más altos

95€

Fines de semana

Demanda media → precio intermedio

65€

Temporada baja

Baja demanda → promociones y descuentos

El RMS puede realizar estos ajustes automáticamente según la demanda, analizando ocupación, temporada, eventos especiales y comportamiento histórico de reservas.

☆ No todos los RMS son iguales: la mejor elección depende del tipo de alojamiento, el volumen de datos y el nivel de madurez en pricing.



Sistemas RMS para PYMEs turísticas

Comparativa orientativa para hoteles independientes, casas rurales y pequeños alojamientos turísticos en España.

	 RoomPriceGenie	 BEONx	 Pricepoint	 Atomize	 Duetto
 Ideal para	Hoteles independientes y pequeños alojamientos que quieren empezar en revenue management con una herramienta sencilla.	Hoteles pequeños y medianos con ambición de profesionalizar pricing y previsión de demanda.	Hoteles independientes y pequeños alojamientos que buscan automatización accesible.	Hoteles medianos, boutique y cadenas pequeñas con más necesidad de optimización dinámica.	Hoteles medianos, grupos pequeños y negocios con mayor complejidad comercial.
 Puntos fuertes	<ul style="list-style-type: none"> Muy fácil de usar. Recomendaciones automáticas de precio. Buena opción para equipos sin revenue manager dedicado. 	<ul style="list-style-type: none"> Plataforma española con foco en revenue. Buen equilibrio entre analítica y automatización. Enfoque sólido en demanda y mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> Interfaz clara. Pricing automatizado. Buena relación funcionalidad / facilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Muy orientado a automatización. Buenas capacidades de forecasting. Enfoque moderno de revenue. 	<ul style="list-style-type: none"> Plataforma muy potente. Alta capacidad analítica. Muy reconocida en revenue management.
 Posibles límites	Menos profundidad analítica que soluciones más enterprise.	Puede resultar más avanzada para negocios muy pequeños o poco digitalizados.	Menor notoriedad de marca que otros grandes players.	Puede ser más de lo necesario para negocios muy simples.	Más compleja y normalmente menos orientada a microalojamientos.
 Complejidad de implantación	Baja-Media	Media	Baja-Media	Media-Alta	Alta
 Recomendación	★ Muy adecuada si vienes de Excel o gestión manual de precios.	★ Interesante si buscas un salto de madurez en pricing.	★ Buena opción si priorizas rapidez de implantación.	★ Recomendable si ya tienes cierta madurez digital y volumen.	★ Más adecuada cuando el negocio ya requiere un enfoque avanzado.

i Los precios, integraciones y alcance funcional pueden variar según el tamaño del alojamiento y el ecosistema tecnológico. **Conviene solicitar demo y revisar integraciones con PMS y channel manager.**

Leyenda de complejidad: ● Baja ● Media ● Alta



¿Cómo elegir?



1. Tipo de negocio

Hotel, casa rural, hostel o apartamentos.



2. Volumen y complejidad

Número de habitaciones, canales y estacionalidad.



3. Madurez digital

Si buscas una herramienta simple o una solución más avanzada.

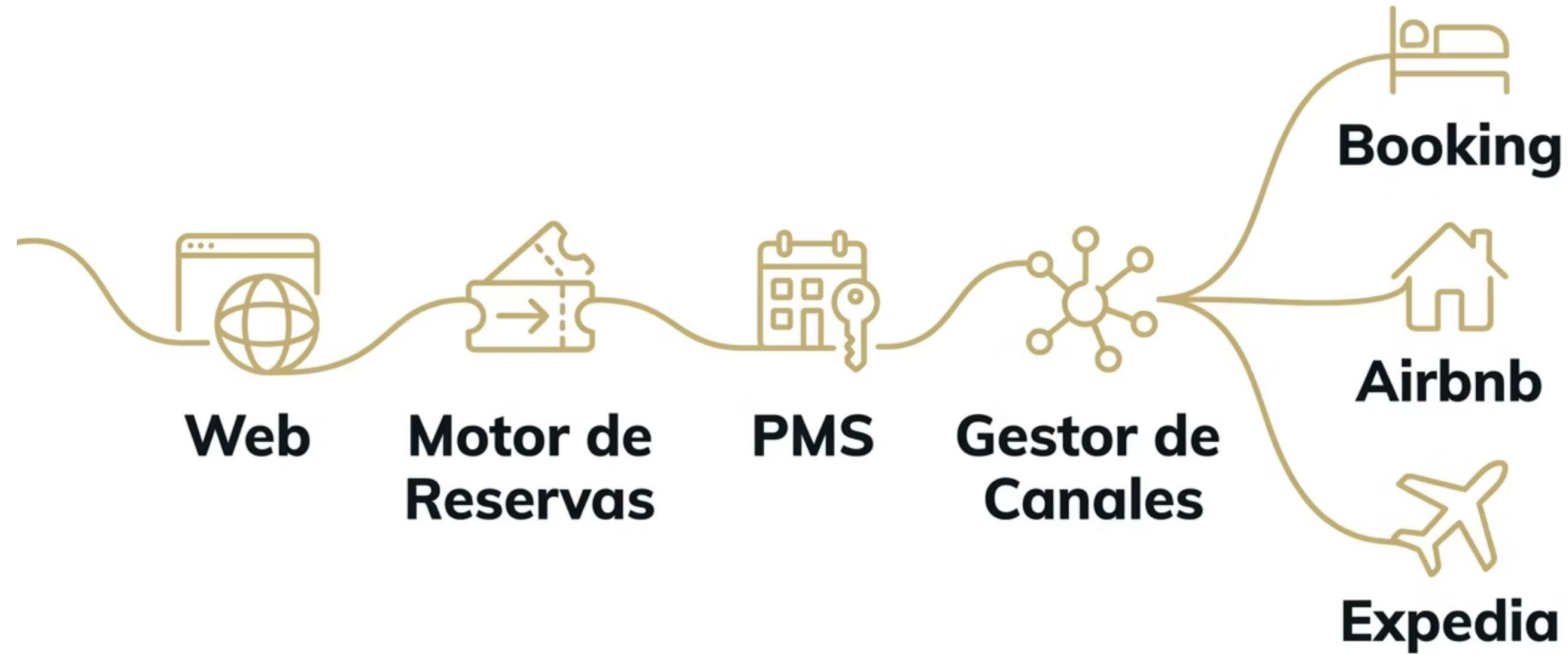


4. Objetivo principal

Ahorrar tiempo, mejorar ADR, anticipar demanda o automatizar precios.

APIs e Integraciones Tecnológicas

Una **API (Application Programming Interface)** permite que diferentes sistemas tecnológicos se comuniquen entre sí. Gracias a las APIs es posible conectar el PMS, el channel manager y el motor de reservas en un ecosistema integrado.



Beneficios de las Integraciones

1

Automatización

Automatizar procesos de gestión sin intervención manual

2

Sin errores humanos

Evitar errores derivados de la gestión manual de datos

3


Tiempo real

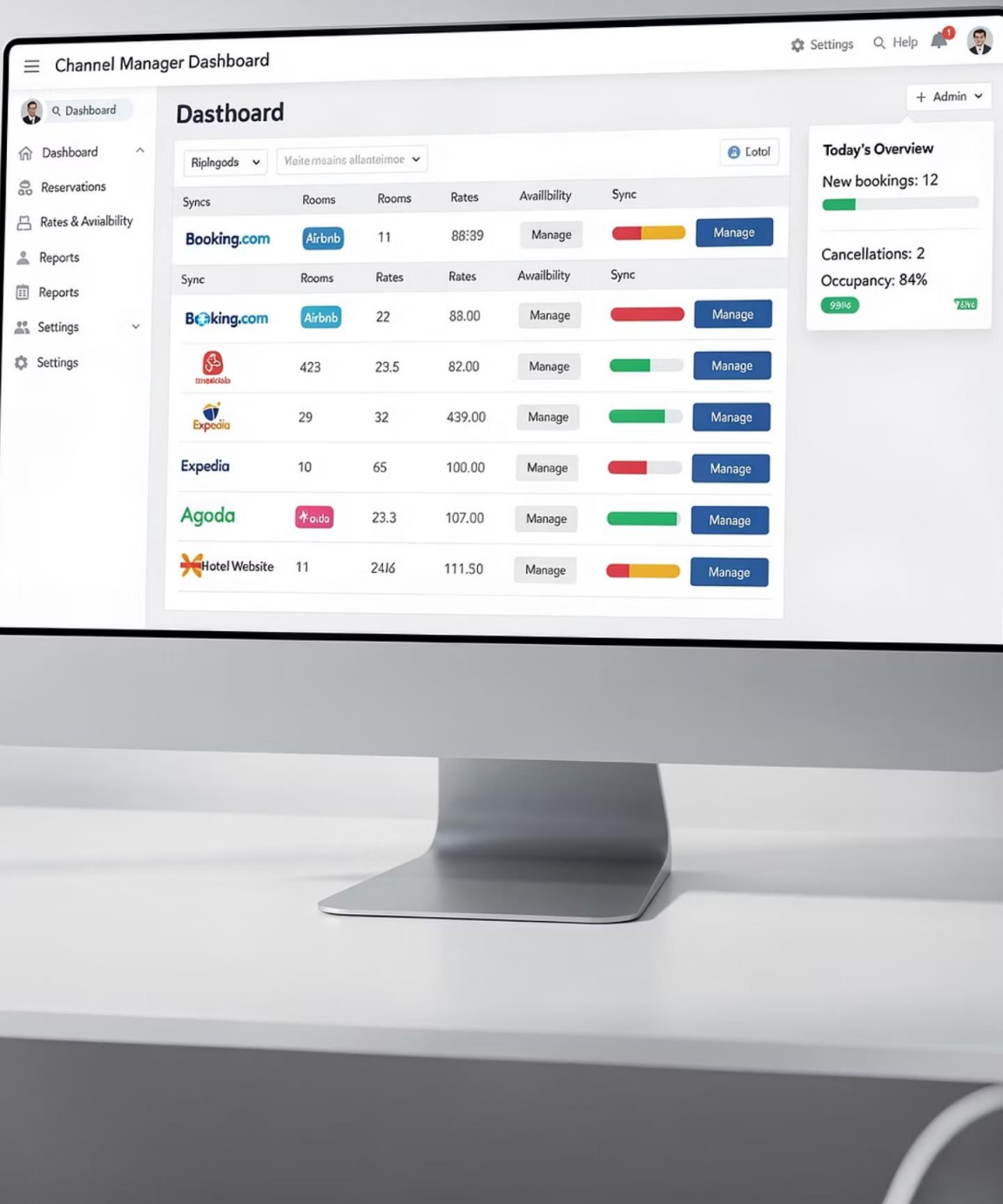
Actualizar información en tiempo real en todos los sistemas

4

Centralización

Centralizar todos los datos del negocio en un único lugar

📄  Ejemplo Río Miño: Una empresa de rutas en kayak en Valença do Minho recibe la reserva en la web, el motor la registra, el sistema actualiza disponibilidad y la empresa recibe notificación automática. Sin gestión manual.



CAPÍTULO 3

Plataformas de Gestión de Reservas para Alojamiento

Funcionalidades Imprescindibles del Channel Manager



Sincronización automática de disponibilidad

Entre todas las plataformas conectadas en tiempo real



Actualización de precios en todos los canales

Desde un único panel de control centralizado



Gestión de múltiples OTAs

Booking, Airbnb, Expedia y otros desde un solo sistema



Conexión con el PMS

Integración bidireccional con el sistema de gestión del alojamiento



Informes de reservas por canal

Análisis del rendimiento de cada canal de distribución

Funcionalidades Avanzadas del Channel Manager

Gestión avanzada

- Gestión de tarifas dinámicas
- Configuración de restricciones (estancia mínima, fechas bloqueadas)
- Integración con metabuscadores
- Análisis de rendimiento por canal

Ejemplo: Hotel rural en Vila Nova de Cerveira

El channel manager permite cerrar ventas en ciertas fechas, subir precios en temporada alta y ofrecer promociones en temporada baja. Todo se gestiona desde una única plataforma, ahorrando tiempo y reduciendo errores.

Widgets y APIs en la Web del Negocio

Los sistemas de reservas se integran en la web mediante **widgets** (módulos que permiten reservar directamente desde la página) o **APIs** que conectan el sistema de reservas con la web del negocio.

Mejor experiencia de usuario

Reserva directa facilitada

Menos dependencia de intermediarios

Aumento de ventas directas

From To

Check-in + Check-out - Guests

Discover your next journey.

Book Now

Discover your next journey

Modelos de Precios de las Plataformas

Comisión por reserva

La empresa paga un porcentaje por cada reserva realizada. Habitual en plataformas tipo marketplace. **Ventaja:** no requiere pago inicial. **Desventaja:** comisiones elevadas.

Suscripción mensual

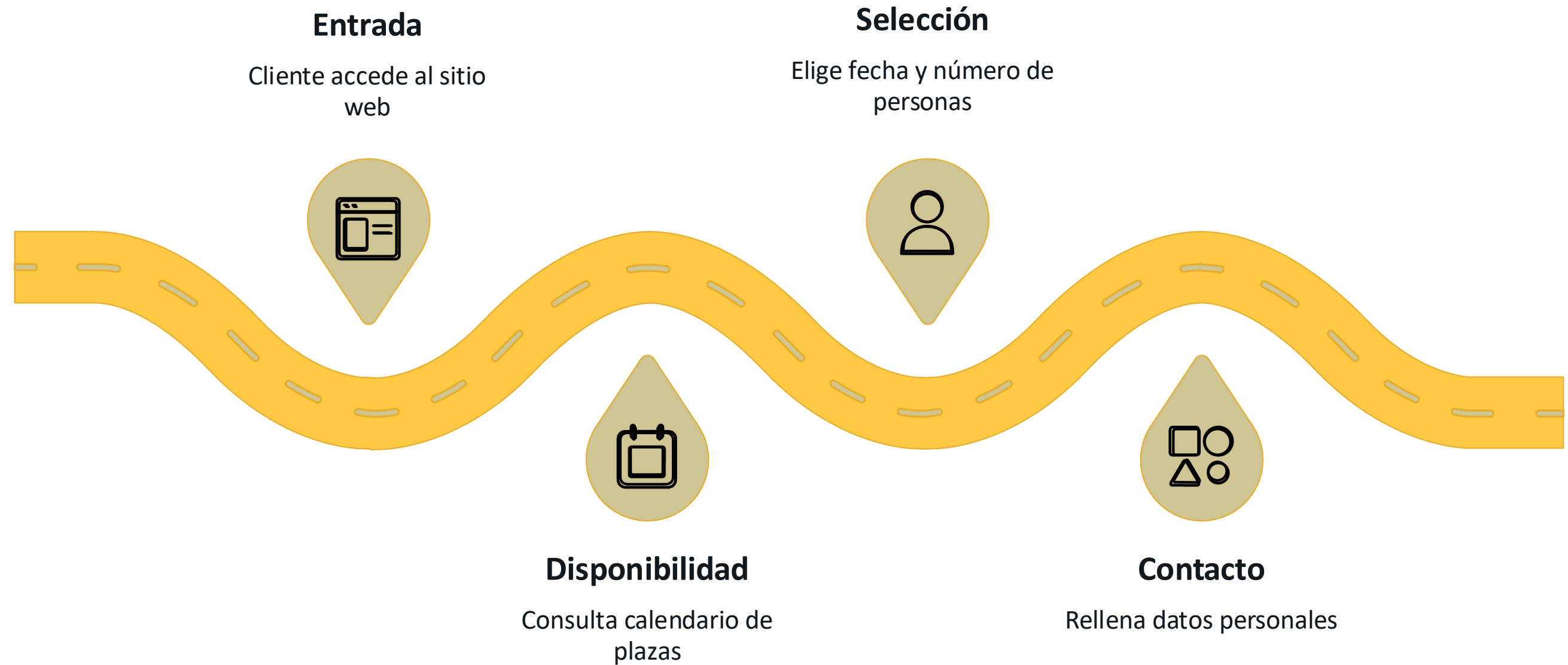
La empresa paga una cuota fija mensual sin comisión por reserva. **Ventaja:** coste previsible. **Desventaja:** pago incluso si hay pocas reservas.

Modelo mixto

Combina cuota fija más comisión por reserva. Es el modelo más común en herramientas de gestión turística.

Caso Práctico: Flujo de Reserva de una Actividad

Empresa de ruta en kayak en el Río Miño



Internamente, el sistema registra la reserva, bloquea las plazas, envía confirmación al cliente y notifica al organizador de la actividad. Todo de forma automática.

Prepararnos para un mundo con IA



Impacto de la IA en las herramientas de gestión

Cómo la inteligencia artificial transforma la operativa de las PYMEs turísticas



1 Reservas y disponibilidad

- confirmaciones automáticas
- calendario en tiempo real
- menos errores y overbooking



2 Atención al cliente

- respuestas automáticas
- FAQs y WhatsApp
- atención 24/7



3 CRM y fidelización

- segmentación de clientes
- campañas personalizadas
- venta cruzada y repetición



4 Revenue y precios

- precios dinámicos
- ajustes por demanda
- mejor margen e ingresos



IA en la gestión turística



5 Reputación online

- análisis de reseñas
- detección de patrones
- mejora de la experiencia



6 Operaciones internas

- tareas y checklists
- automatización de procesos
- mejor coordinación del equipo



7 Reporting y datos

- insights por canal
- previsión y tendencias
- decisiones más informadas



La IA no sustituye la gestión: la hace más rápida, conectada y orientada a decisiones.



1

Atención al cliente y respuesta automática

La IA ayuda a responder dudas frecuentes, automatizar mensajes y mejorar la experiencia del cliente con más rapidez y menos carga manual.



¿CÓMO ENTRA LA IA?

- Responde preguntas frecuentes horarios, precios, ubicación, políticas y servicios.
- Atiende por WhatsApp y chat primer nivel de respuesta 24/7.
- Personaliza mensajes adapta tono, idioma y contexto del cliente.
- Escala incidencias deriva al equipo humano cuando hace falta.
- Automatiza seguimiento confirmaciones, recordatorios y mensajes posteriores.

CÓMO FUNCIONA EN LA PRÁCTICA



¿QUÉ SE CONSIGUE?



EJEMPLO REAL

Casa Rural 'A Veiga do Río' (Baixo Miño)



HERRAMIENTAS DONDE YA SE USA IA

- Mensajería y chat**
WhatsApp Business, Tidio, ManyChat.
- Atención web**
Intercom, Landbot, Crisp.
- Email y soporte**
Gmail + IA, Outlook + Copilot, Helpdesks.
- Asistentes IA**
ChatGPT, Gemini, Copilot.
- Automatización**
Zapier, Make, n8n.



CLAVE PARA PYMES TURÍSTICAS

La IA no sustituye el trato humano: se encarga de lo repetitivo para que el equipo pueda centrarse en atender mejor.



RECUERDA

Para que la IA responda bien, necesita información actualizada, respuestas validadas y reglas claras.



Gestión de reservas y disponibilidad

La IA ayuda a anticipar, automatizar y optimizar la gestión diaria de reservas.



¿CÓMO ENTRA LA IA?



Predice demanda

Anticipa picos de demanda y probabilidad de reservas.



Detecta huecos

Identifica fechas/horarios con menor ocupación para activar acciones.



Automatiza comunicaciones

Confirmaciones, recordatorios, mensajes previos y posteriores.



Detecta riesgo de cancelación

Señala reservas con mayor probabilidad de cancelación para actuar a tiempo.



Recomienda decisiones

Sugiere cambios en restricciones, cupos, tarifas o paquetes.

CÓMO FUNCIONA EN LA PRÁCTICA



- 1 Cliente consulta**
Web / WhatsApp /
Redes / Teléfono



- 2 La IA interpreta**
la solicitud y consulta
disponibilidad, reglas
y datos históricos



- 3 Respuesta inmediata**
La IA responde al cliente
con opciones reales y
personalizadas



- 4 Reserva confirmada**
Se actualiza disponibilidad
en todos los canales y se
envían comunicaciones
automáticas

¿QUÉ SE CONSIGUE?



Ahorro de tiempo

Menos tareas manuales
y repetitivas.



Mejor experiencia

Respuestas más rápidas
y precisas 24/7.



Más ingresos

Menos reservas perdidas
y mejor ocupación.



Menos errores

Información actualizada
y consistente.



Más foco en lo importante

El equipo se centra en
clientes y experiencias.

EJEMPLO REAL



Cliente escribe por
WhatsApp: "¿Tenéis
disponibilidad del fin de
semana del 18 al 20 de
octubre?"



La IA consulta el PMS
y responde al instante
con opciones reales y
precio final.



El cliente elige, confirma
y paga el depósito
desde el enlace
enviado.



Se envía confirmación
automática, instrucciones
de llegada y recordatorio
2 días antes.

HERRAMIENTAS DONDE YA SE USA IA



PMS inteligentes

Mews, Cloudbeds,
Guesty, SiteMinder,
Lodgify...



Motores de reserva con IA

Sirvoy, Reseliva,
Bookline, Regiondo...



Channel Managers

SiteMinder, Cloudbeds,
D-EDGE, eZee...



Automatización

Zapier, Make,
n8n integrados
con IA



Asistentes conversacionales

ManyChat, Tidio,
Landbot, Dialogflow...



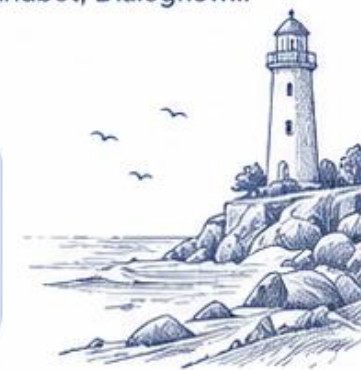
CLAVE PARA PYMES TURÍSTICAS

La IA no sustituye tu sistema de reservas. Lo hace más inteligente. Empieza por automatizar lo repetitivo y utiliza los datos para tomar mejores decisiones.



RECUERDA

Información actualizada + Reglas claras =
Respuestas correctas y clientes satisfechos.



Revenue management y precios dinámicos

La IA ayuda a anticipar la demanda, ajustar tarifas y mejorar ingresos con más criterio y rapidez.



¿CÓMO ENTRA LA IA?



Analiza demanda

Detecta picos, valles y ritmo de reservas.



Cruza variables

Ocupación, antelación, temporada, eventos y canal.



Sugiere tarifas

Propone subir, bajar o proteger precios.



Detecta oportunidades

Identifica fechas valle y huecos difíciles de vender.



Recomienda acciones

Promociones, paquetes, restricciones o upselling.

CÓMO FUNCIONA EN LA PRÁCTICA



1 Datos de entrada
ocupación, histórico, eventos, competencia y reservas



2 La IA analiza patrones
anticipa demanda y detecta tendencias



3 Recomienda ajustes
precio, reglas, descuentos y restricciones



4 Decisión aplicada
se actualizan tarifas y se monitoriza el resultado

¿QUÉ SE CONSIGUE?



Más ingresos
mejor captura del valor de la demanda



Mejor ocupación
más capacidad vendida en fechas valle



Más agilidad
menos decisiones manuales



Más control
reglas claras y seguimiento



Menos intuición
decisiones apoyadas en datos

EJEMPLO REAL

Casa Rural 'A Fraga Verde' (Costa da Morte)



Puente de mayo y evento local detectado



La IA observa alta demanda y reservas con mucha antelación



Sugiere subir la tarifa un 12% y limitar descuentos



En una semana se mejora ingreso medio sin perder ocupación

HERRAMIENTAS DONDE YA SE USA IA



RMS y pricing

SiteMinder, BEONx, Duetto...



PMS inteligentes

Mews, Cloudbeds, Guesty...



Motores de reserva

con reglas y automatizaciones



Channel managers

sincronización y control de tarifas



Dashboards y automatización

Looker Studio, Zapier, Make...



CLAVE PARA PYMES TURÍSTICAS

La IA no decide sola el precio: ayuda a decidir mejor.
Empieza con reglas simples y usa los datos para aprender qué funciona.



RECUERDA

Sin datos fiables + sin estrategia comercial = precios poco útiles.



¿CÓMO ENTRA LA IA?



Analiza fichas y listados fotos, atributos, políticas y servicios.



Detecta carencias faltan idiomas, filtros, amenities o información clave.



Mejora descripciones resalta propuesta de valor y palabras clave.



Alinea canales revisa coherencia entre web, Google, Booking y Airbnb.



Prioriza reputación conecta reseñas y señales de calidad con la visibilidad.

CÓMO FUNCIONA EN LA PRÁCTICA



1 Información del negocio
fotos, descripciones, precios, disponibilidad y políticas



2 La IA analiza la ficha
detecta carencias, inconsistencias y oportunidades



3 Optimiza la presencia
mejora copy, atributos, fotos prioritarias y mensajes por segmento



4 Resultado comercial
más visibilidad, más clics, más conversión y mejor coherencia multicanal

¿QUÉ SE CONSIGUE?



Mejor ficha
más clara y completa



Más visibilidad
mejor posición y relevancia



Más coherencia
misma propuesta en todos los canales



Mejor conversión
más clics y reservas



Menos trabajo manual
actualización más eficiente

EJEMPLO REAL



Alojamiento 'Costa Azul Rooms' (Rías Baixas)



La IA detecta que faltan fotos de desayuno, versión en inglés y atributo pet friendly



Sugiere reescribir la descripción destacando ubicación y parking



Se actualiza la ficha en OTAs y Google con mensajes más claros



Suben las visualizaciones y mejora la conversión de la ficha

HERRAMIENTAS DONDE YA SE USA IA



OTAs y partner tools
Booking.com, Expedia
Partner Central, Airbnb



Channel managers
SiteMinder, Cloudbeds,
D-EDGE...



Asistentes IA
ChatGPT, Gemini,
Copilot



Reputación
TrustYou, ReviewPro,
Google Reviews



Analítica
Google Business Profile,
Search Console,
Looker Studio



CLAVE PARA PYMES TURÍSTICAS

La visibilidad ya no depende solo de estar online, sino de estar bien descrito y bien valorado.



RECUERDA

Si la información es incompleta o incoherente, la IA y las plataformas recomendarán peor tu negocio.

La IA ayuda a crear contenidos, personalizar campañas y atraer reservas directas.



¿CÓMO ENTRA LA IA?



Redacta textos
para web, campañas y redes sociales.



Traduce contenidos
adapta mensajes a distintos idiomas y mercados.



Segmenta mensajes
diferencia propuestas por perfil de cliente.



Genera ideas de campaña
temporada baja, escapadas, eventos y paquetes.



Reaprovecha contenidos
convierte una idea en varios formatos y canales.

CÓMO FUNCIONA EN LA PRÁCTICA



1 Activos y canales
web, blog, redes,
email y ofertas



2 La IA crea y adapta
textos, asuntos,
creatividades e ideas



3 Activa la difusión
publicaciones, emails
y campañas segmentadas



4 Resultado comercial
más tráfico cualificado,
más reservas directas
y menos dependencia

¿QUÉ SE CONSIGUE?



Más visibilidad
presencia más
constante y profesional



Mensajes más relevantes
mejor encaje con
cada segmento



Más tráfico
visitas cualificadas
a la web



Más reserva directa
más conversión
sin intermediarios



Menos dependencia
mejor equilibrio
entre canales

EJEMPLO REAL

Casa Rural 'Muiño da Fraga' (Ourense)



Una misma experiencia se convierte en un post, un email y una oferta para parejas



La IA adapta el mensaje para familias, parejas y turismo internacional



Se publica en web y newsletter con llamada a la reserva directa



Suben las consultas y las reservas directas de temporada baja

HERRAMIENTAS DONDE YA SE USA IA



Asistentes IA
ChatGPT, Gemini, Copilot



Diseño y contenidos
Canva, Adobe Express, CapCut



Email marketing
Brevo, Mailchimp, ActiveCampaign



CRM y automatización
HubSpot, Zoho, ActiveCampaign



Web y SEO
WordPress, Wix, Search Console, GA



CLAVE PARA PYMES TURÍSTICAS

La IA acelera el marketing, pero el valor sigue estando en una propuesta auténtica y bien explicada.



RECUERDA

No publiques contenido genérico: usa la IA para expresar mejor lo específico de tu negocio y de tu territorio.





¿CÓMO ENTRA LA IA?



Reúne opiniones
reseñas, comentarios,
encuestas y mensajes.



Detecta patrones
limpieza, llegada, atención,
desayuno, ruido...



Resume la voz del cliente
sentimiento y temas
recurrentes.



Prioriza mejoras
qué corregir primero
por impacto.



Facilita respuestas
borradores personalizados
y consistentes.

CÓMO FUNCIONA EN LA PRÁCTICA



1 Fuentes de opinión
reseñas, plataformas,
encuestas y mensajes



2 La IA analiza
temas recurrentes,
emociones y problemas
repetidos



3 Convierte en acciones
prioriza mejoras, ayuda
a responder y refuerza
atributos positivos



4 Resultado en el negocio
mejor reputación, más
confianza, mejor experiencia
y mejores decisiones

¿QUÉ SE CONSIGUE?



Escucha activa
entiendes mejor
al cliente



Mejores respuestas
más rápidas y
consistentes



Mejore continua
acciones guiadas
por evidencias



Más confianza
mejor percepción
del negocio



Más reservas
mejor reputación
y conversión

EJEMPLO REAL



Hotel Rural 'A Ponte Vella' (Ribeira Sacra)



Varias reseñas
mencionan dificultad
para encontrar la entrada



La IA agrupa el tema
y señala un problema de
señalización o instrucciones
previas



Se actualiza el mensaje
pre-llegada y la ficha
de Google Maps



Bajan las incidencias
y mejora la valoración
media

HERRAMIENTAS DONDE YA SE USA IA



Reputación
TrustYou, ReviewPro,
Google Reviews



Asistentes IA
ChatGPT, Gemini,
Copilot



OTAs
Booking, Expedia,
Airbnb



Dashboards
Looker Studio,
Sheets



Encuestas
Typeform, Google Forms,
SurveyMonkey



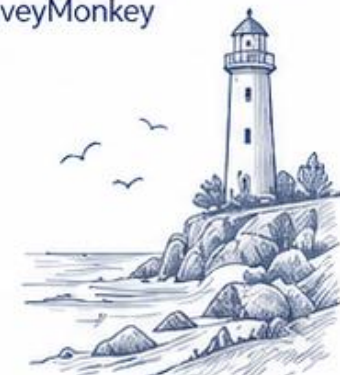
**CLAVE PARA
PYMES TURÍSTICAS**

La IA convierte comentarios dispersos en inteligencia útil para mejorar el negocio.



RECUERDA

Las reseñas no solo se responden: también se analizan para tomar mejores decisiones.





¿CÓMO ENTRA LA IA?



Segmenta clientes por perfil, origen y comportamiento.



Detecta valor identifica repetidores y clientes de alto valor.



Personaliza campañas adapta mensajes y ofertas.



Recomienda upselling sugiere extras, experiencias o upgrades.



Reactiva clientes campañas para volver a reservar.

CÓMO FUNCIONA EN LA PRÁCTICA



1 Datos de entrada reservas, CRM, reseñas, origen, estacionalidad.



2 La IA detecta patrones segmentos, intereses, probabilidad de repetición.



3 Activa acciones emails, campañas, ofertas y recordatorios.



4 Resultado aplicado más repetición, más venta cruzada y mejor relación.

¿QUÉ SE CONSIGUE?



Más repetición clientes que vuelven y recomiendan.



Mejor segmentación mensajes adecuados a cada perfil.



Más ingresos por cliente más venta cruzada y mayor valor.



Campañas más relevantes mayor apertura, clics y conversión.



Menos trabajo manual automatización inteligente y ahorro de tiempo.

EJEMPLO REAL



Casa Rural 'O Muiño do Río' (Baixo Miño)



La IA detecta parejas repetidoras y familias de verano.



Propone campaña de escapada con cata y ruta.



Se envía email segmentado con oferta personalizada.



Aumenta la reserva directa y la repetición de estancias.

HERRAMIENTAS DONDE YA SE USA IA



CRM y automatización HubSpot, Zoho, Salesforce.



Email marketing Brevo, Mailchimp, ActiveCampaign.



PMS + CRM Mews, Cloudbeds, Guesty.



Dashboards Looker Studio, Sheets.



Asistentes IA ChatGPT, Copilot, Gemini.



CLAVE PARA PYMES TURÍSTICAS

La IA no sustituye la relación con el cliente: ayuda a comunicar mejor en el momento adecuado.



RECUERDA

Sin datos ordenados + sin permiso para comunicar = personalización muy limitada.

Operaciones internas y productividad

La IA ayuda a organizar tareas, automatizar procesos y coordinar mejor el trabajo diario en una PYME turística.



¿CÓMO ENTRA LA IA?



Genera tareas
a partir de reservas
e incidencias.



Crea checklists
limpieza, bienvenida,
preparación.



Resume incidencias
emails, mensajes
y notas.



Traduce instrucciones
para equipo
y clientes.



Automatiza flujos
avisos, calendarios
y seguimiento.

CÓMO FUNCIONA EN LA PRÁCTICA



1 Entra una reserva
o incidencia.



2 La IA interpreta
y crea tareas.



3 Se activan checklists,
avisos y recordatorios.



4 El equipo ejecuta
con más control
y trazabilidad.

¿QUÉ SE CONSIGUE?



Menos olvidos

Nada importante
se pasa por alto.



Mejor coordinación

Todos saben qué,
cuándo y cómo.



Más agilidad

Procesos más rápidos
y eficientes.



Menos trabajo administrativo

Menos tareas repetitivas
y manuales.



Más tiempo para el cliente

Mejor experiencia
para tus huéspedes.

EJEMPLO REAL



Alojamiento Rural 'A Pedra Vella' (Ribeira Sacra)



Entra una reserva
con desayuno
y llegada tardía.



La IA crea tareas
de limpieza, prepara
aviso de cocina y envía
instrucciones de check-in.



El equipo
confirma todo.



Menos errores
operativos.

HERRAMIENTAS DONDE YA SE USA IA



Automatización

Zapier, Make,
n8n



Productividad

Notion, Asana,
Trello



PMS

Mews, Cloudbeds,
Guesty



Documentos y correo

Google Workspace,
Microsoft 365



Asistentes IA

ChatGPT, Copilot,
Gemini



**CLAVE PARA
PYMES TURÍSTICAS**

La IA automatiza lo repetitivo y libera tiempo,
pero necesita procesos claros y responsables definidos.



RECUERDA

Si el proceso está desordenado, la automatización multiplica el caos.

Multilingüismo y atención transfronteriza

La IA ayuda a traducir, adaptar mensajes y atender mejor a clientes de distintos idiomas, especialmente en destinos como Galicia y norte de Portugal.



¿CÓMO ENTRA LA IA?



Traduce contenidos
web, emails y fichas.



Responde en varios idiomas
ES, PT, EN, FR.



Adapta mensajes
tono y contexto del cliente.



Mantiene FAQs multilingües
respuestas consistentes.



Reduce fricción
menos dudas y malentendidos.

CÓMO FUNCIONA EN LA PRÁCTICA



¿QUÉ SE CONSIGUE?



EJEMPLO REAL



Enoturismo 'Quinta do Miño' (Melgaço / A Guarda)



Cliente portugués y pareja británica preguntan por visita y cata.



La IA responde en su idioma con horario, precio y cómo llegar.



Aumenta la reserva y baja la fricción.

HERRAMIENTAS DONDE YA SE USA IA



Traducción
DeepL,
Google Translate



Asistentes IA
ChatGPT, Gemini,
Copilot



Web y CMS
WordPress, Wix,
Shopify



Atención y mensajería
WhatsApp Business,
email, chat web



Documentación
Google Docs,
Microsoft 365



CLAVE PARA PYMES TURÍSTICAS

La IA facilita hablar varios idiomas, pero conviene revisar textos clave y condiciones importantes.



RECUERDA

Traducir no es solo cambiar palabras: también hay que adaptar la propuesta y evitar ambigüedades.



10 Planificación de experiencias y paquetes

La IA ayuda a combinar servicios, diseñar propuestas y acelerar la creación de productos turísticos más atractivos.



¿CÓMO ENTRA LA IA?



Combina servicios
alojamiento, actividades y gastronomía.



Propone ideas
paquetes por segmento y temporada.



Redacta la oferta
nombres, descripciones y mensajes.



Ajusta por perfil
parejas, familias, grupos, empresas.



Ordena la propuesta
itinerario, extras y precio orientativo.

CÓMO FUNCIONA EN LA PRÁCTICA



1 El negocio reúne activos y partners locales.



2 La IA propone combinaciones y conceptos.



3 Se diseña el paquete con agenda, copy y precio orientativo.



4 El negocio valida costes, capacidad y lanza el producto.

¿QUÉ SE CONSIGUE?



Más innovación
nuevos conceptos y experiencias diferenciales.



Mejor cross-selling
combina servicios y aumenta el ticket medio.



Más valor percibido
propuestas con sentido, historia y beneficios claros.



Menos tiempo de diseño
de horas o días a minutos.



Más propuestas para temporada baja
mantén la demanda todo el año.

EJEMPLO REAL



Paquete 'Escapada Miño Vivo' (Baixo Miño)



La IA combina casa rural + ruta en kayak + cata en bodega.



Propone agenda de fin de semana y texto comercial atractivo.



El negocio valida el precio y los servicios incluidos.



Se lanza en la web y redes con imágenes, copy y calendario de disponibilidad.

HERRAMIENTAS DONDE YA SE USA IA



Asistentes IA
ChatGPT, Gemini, Copilot.



Productividad
Notion, Docs, Sheets.



CRM y marketing
HubSpot, Brevo.



Diseño y web
WordPress, Wix.



Reserva y catálogo
PMS, motores de reserva, formularios.



CLAVE PARA PYMES TURÍSTICAS

La IA ayuda a imaginar y estructurar, pero la empresa debe validar costes, capacidad y experiencia real.



RECUERDA

Un buen paquete no solo se diseña bien: también debe ser operable y rentable.

Inteligencia de mercado y vigilancia competitiva

La IA ayuda a analizar competidores, tendencias y señales del mercado para tomar decisiones con más criterio.



¿CÓMO ENTRA LA IA?

- Monitoriza competidores** precios, productos y posicionamiento.
- Revisa reseñas y señales** lo que valoran o critican los clientes.
- Sigue tendencias** demanda, sostenibilidad, slow travel, mascotas.
- Detecta eventos y oportunidades** ferias, puentes, agenda local.
- Resume información** convierte muchas fuentes en insights.

CÓMO FUNCIONA EN LA PRÁCTICA



¿QUÉ SE CONSIGUE?

- Mejores decisiones** con datos reales y actualizados.
- Anticipación** a cambios del mercado y la demanda.
- Mejor posicionamiento** frente a la competencia y el mercado.
- Menos intuición** más análisis, menos suposiciones.
- Más foco comercial** en lo que realmente genera valor.

EJEMPLO REAL



Alojamiento 'Mar e Lousa' (Costa da Morte)



HERRAMIENTAS DONDE YA SE USA IA

- Búsqueda y análisis** Perplexity, ChatGPT, Gemini.
- Tendencias** Google Trends, Google Alerts.
- Monitorización** Feedly, Talkwalker Alerts.
- Dashboards** Sheets, Looker Studio.
- Fuentes del sector** webs de destinos, OTAs, reseñas, prensa.

CLAVE PARA PYMES TURÍSTICAS

La IA acelera el análisis, pero las decisiones siguen necesitando criterio de negocio y conocimiento del territorio.

RECUERDA Más información no siempre es mejor: lo importante es convertirla en acciones concretas.



¿CÓMO ENTRA LA IA?



1. El viajero pide un plan por preferencias, presupuesto y contexto.



2. La IA compara opciones alojamiento, actividades y ubicación.



3. Construye itinerarios recomendaciones personalizadas.



4. Filtra y prioriza según reputación, precio y disponibilidad.



5. Asiste la reserva dirige al canal de confianza o inicia la acción.

CÓMO FUNCIONA EN LA PRÁCTICA



1 El cliente expresa su necesidad en lenguaje natural.



2 El agente IA interpreta, busca y combina opciones.



3 Recomienda una selección o itinerario.



4 El usuario reserva en web, OTA u otro canal fiable.

¿QUÉ SE CONSIGUE?



Demanda más cualificada viajeros con intención y contexto claro.



Mejor descubrimiento encuentran opciones menos conocidas y de calidad.



Más personalización respuestas a medida según preferencias y situación.



Mejor encaje entre oferta y cliente propuestas más relevantes, más conversión.



Nuevo reto de visibilidad si no estás en los datos, no existes para la IA.

EJEMPLO REAL



Escapada 'Miño entre viñas'



Un viajero pide a un asistente IA una escapada rural con mascota, cata y naturaleza.



El agente recomienda una casa rural, una bodega y una actividad.



El usuario pasa al canal de reserva.

ENTORNOS DONDE YA ESTÁ EMERGIENDO



Asistentes de viaje
ChatGPT, Gemini, Perplexity.



Buscadores con IA
Google AI Mode.



OTAs con IA
Booking, Expedia.



Metabuscadores y mapas
Google Maps, reviews.



Sistemas preparados
webs, motores de reserva, datos estructurados.



CLAVE PARA PYMES TURÍSTICAS

La futura visibilidad dependerá cada vez más de estar bien descrito, actualizado y respaldado por buenas reseñas.



RECUERDA

La IA influirá primero en inspiración y selección; la reserva seguirá a menudo en canales de confianza.



La IA en los diferentes ámbitos de gestión

Proceso	Cómo entra la IA	Beneficio para la PYME	Riesgo principal
Inspiración y marketing	Genera contenidos, ideas de campañas, segmentación y mensajes	Más visibilidad con menos tiempo	Contenido genérico o poco auténtico
Atención al cliente	Responde dudas por web, email o WhatsApp	Menos carga operativa y respuesta más rápida	Respuestas incorrectas si no está bien configurada
Reservas	Automatiza confirmaciones, recordatorios y datos previos	Menos errores y mejor experiencia	Información desactualizada
Revenue	Recomienda precios según demanda, ocupación y mercado	Mejor margen e ingresos	Decisiones opacas o mal ajustadas
Reputación	Resume reseñas y detecta patrones	Mejora continua basada en clientes reales	Responder de forma demasiado automática
CRM	Segmenta clientes y propone campañas	Más repetición y venta cruzada	Uso incorrecto de datos personales
Operaciones	Genera tareas, checklists e instrucciones	Más eficiencia interna	Automatizar procesos mal definidos
Dirección	Analiza datos y genera informes	Mejores decisiones	Confiar demasiado en análisis incompletos

Modelo de madurez de la IA para una PYME

Cómo evoluciona el uso de la IA desde el apoyo puntual hasta la automatización avanzada.

LEYENDA DE EVOLUCIÓN



más integración



más datos



más autonomía



1 1. IA asistente

La empresa usa IA como apoyo puntual en tareas sencillas.

- redactar textos
- traducir emails
- crear FAQs



2 2. IA integrada en herramientas

La IA aparece dentro de plataformas que ya usa el negocio.

- PMS con automatizaciones
- motor de reservas con mensajes
- CRM con segmentación



3 3. IA conectada a datos del negocio

La IA trabaja con reservas, clientes, ingresos y reseñas.

- informes automáticos
- predicción de demanda
- campañas por segmento



4 4. IA agentiva

La IA recomienda y ejecuta tareas bajo reglas y supervisión.

- reprogramar reservas
- activar campañas
- coordinar tareas internas



La mayoría de PYMEs empieza en los niveles 1 y 2.

El objetivo no es correr, sino avanzar con una base digital ordenada.



CLAVES PARA AVANZAR



información clara



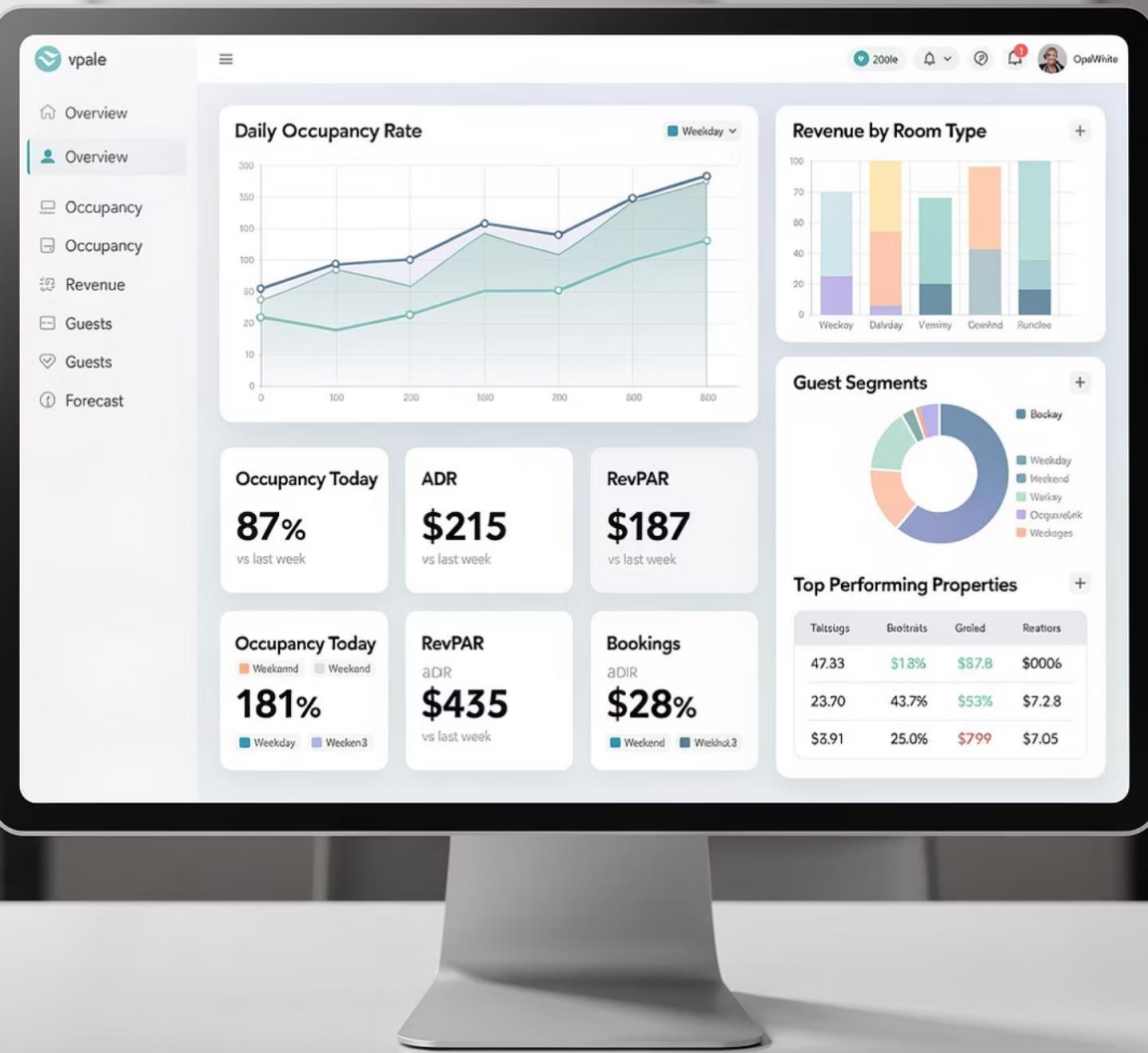
herramientas conectadas



datos fiables



supervisión humana



CAPÍTULO 6

Revenue, Datos y Reporting en las Plataformas

Informes Básicos de las Plataformas

Las plataformas de gestión turística incluyen herramientas de análisis que permiten conocer el rendimiento del negocio. Entre los informes más habituales se encuentran:



Número de reservas

Total y por canal de distribución



Ingresos generados

Por período, canal o tipo de servicio



Ocupación

Porcentaje de habitaciones o plazas ocupadas



Origen geográfico

Procedencia de los clientes por país o región

Indicadores Clave en Turismo

ADR

Average Daily Rate

Precio medio por habitación o servicio vendido.

%



Ocupación

Porcentaje de habitaciones o plazas ocupadas sobre el total disponible

RevPAR

Revenue per Available Room

Ingresos generados por habitación disponible, combina precio y ocupación

  Ejemplo: Un hotel en Salvaterra do Miño puede saber cuántas reservas provienen de Booking, cuántas de la web y cuál es el precio medio por habitación para ajustar su estrategia comercial.

Reporting para Decisiones de Precio

Análisis de reservas: Casa rural

- 60% reservas desde Booking
- 30% desde web propia
- 10% desde Airbnb

Decisiones estratégicas posibles

- Subir precios en fechas de alta demanda
- Lanzar promociones en temporada baja
- Identificar los canales más rentables
- Invertir más en marketing para aumentar reservas directas y reducir dependencia de OTAs

Integración RMS con PMS y Channel Manager

Los sistemas de revenue management pueden integrarse con el PMS y el channel manager para ajustar precios automáticamente, analizar tendencias de demanda y optimizar la ocupación.

- Durante el verano en el Río Miño, ante el aumento de turistas y alta demanda de alojamientos, el sistema puede aumentar precios automáticamente, limitar descuentos y optimizar ingresos sin intervención manual.



Exportación de Datos e Integración con Otras Herramientas

Los datos generados por las plataformas pueden exportarse e integrarse con otras herramientas de gestión del negocio:



Excel

Análisis manual y personalizado de datos de reservas e ingresos



Sistemas CRM

Gestión de la relación con clientes y fidelización



Marketing digital

Integración con herramientas de email marketing y redes sociales



Sistemas contables

Automatización de la facturación y contabilidad del negocio

CAPÍTULO 7

Taller Práctico: Elección de Plataforma y Plan de Implantación



Check-list para Elegir una Plataforma

Antes de elegir una herramienta tecnológica es importante analizar varios factores clave del negocio:

Tipo de negocio

¿Qué tipo de negocio tengo? ¿Alojamiento, actividades, restauración?

Volumen de reservas

¿Cuántas reservas gestiono al mes? ¿Necesito automatizar procesos?

Canales de venta

¿Vendo en varias plataformas? ¿Necesito un channel manager?

Facilidad de uso

¿Es intuitiva la herramienta? ¿Tiene soporte técnico disponible?

Coste

¿Cuál es el modelo de precios? ¿Se ajusta a mi presupuesto?

Perfil de cliente

¿Qué perfiles de cliente tengo? ¿Cuál es su comportamiento?

Caso Real: Casa Rural en O Rosal

✘ Situación inicial

- Gestión manual de reservas
- Dependencia total de Booking
- Falta de visibilidad online propia
- Sin posibilidad de reserva directa en web

✔ Solución implementada

- Motor de reservas en la web propia
- Channel manager para gestionar todos los canales
- Promoción en redes sociales

Resultado

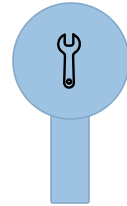
Aumento de reservas directas, reducción de comisiones pagadas a OTAs y mayor control sobre la relación con el cliente.

Plan de Implantación: 5 Fases



1. Análisis del negocio

Evaluar necesidades e identificar procesos actuales



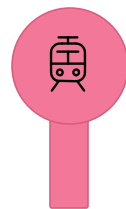
2. Selección de herramienta

Comparar plataformas, analizar costes y funcionalidades



3. Configuración

Cargar información del negocio, tarifas y disponibilidad



4. Formación del equipo

Aprender a utilizar la herramienta y definir procesos internos



5. Puesta en marcha

Comenzar a gestionar reservas con el nuevo sistema digital

Métricas de Éxito a 3–6 Meses

Después de implementar las herramientas digitales es fundamental evaluar los resultados para comprobar si la digitalización está generando beneficios reales.

Aumento de reservas
Incremento en el número total de reservas recibidas

Más ventas directas
Incremento de reservas a través de la web propia

Menos errores
Reducción de errores y overbooking en la gestión

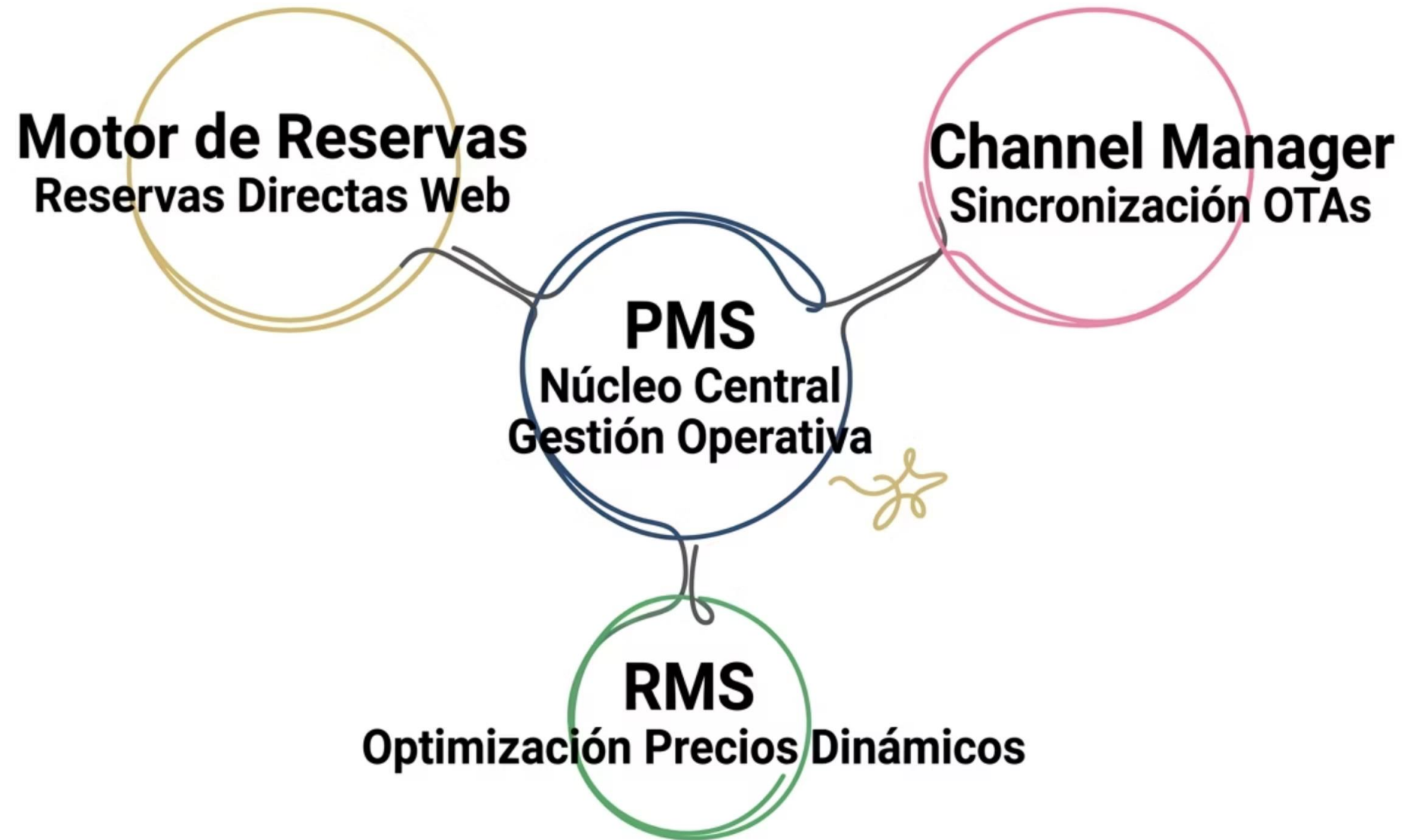
Mayor eficiencia
Mejora en la eficiencia operativa y ahorro de tiempo



Package	Bookings	Bookings	Revenue	Rating	
City Tour	12,48	8468	6030	8348	+
Beach Escape	17,38	859	1,51	8167	+5
Mountain Retreat	12,39	440	1,34	1445	+5
Mountain Retreat	13,52	3515	1,25	1156	+5
City Tour	13,00	560	2,44	2156	+5

Average Stay (nights)

Resumen del Ecosistema Tecnológico



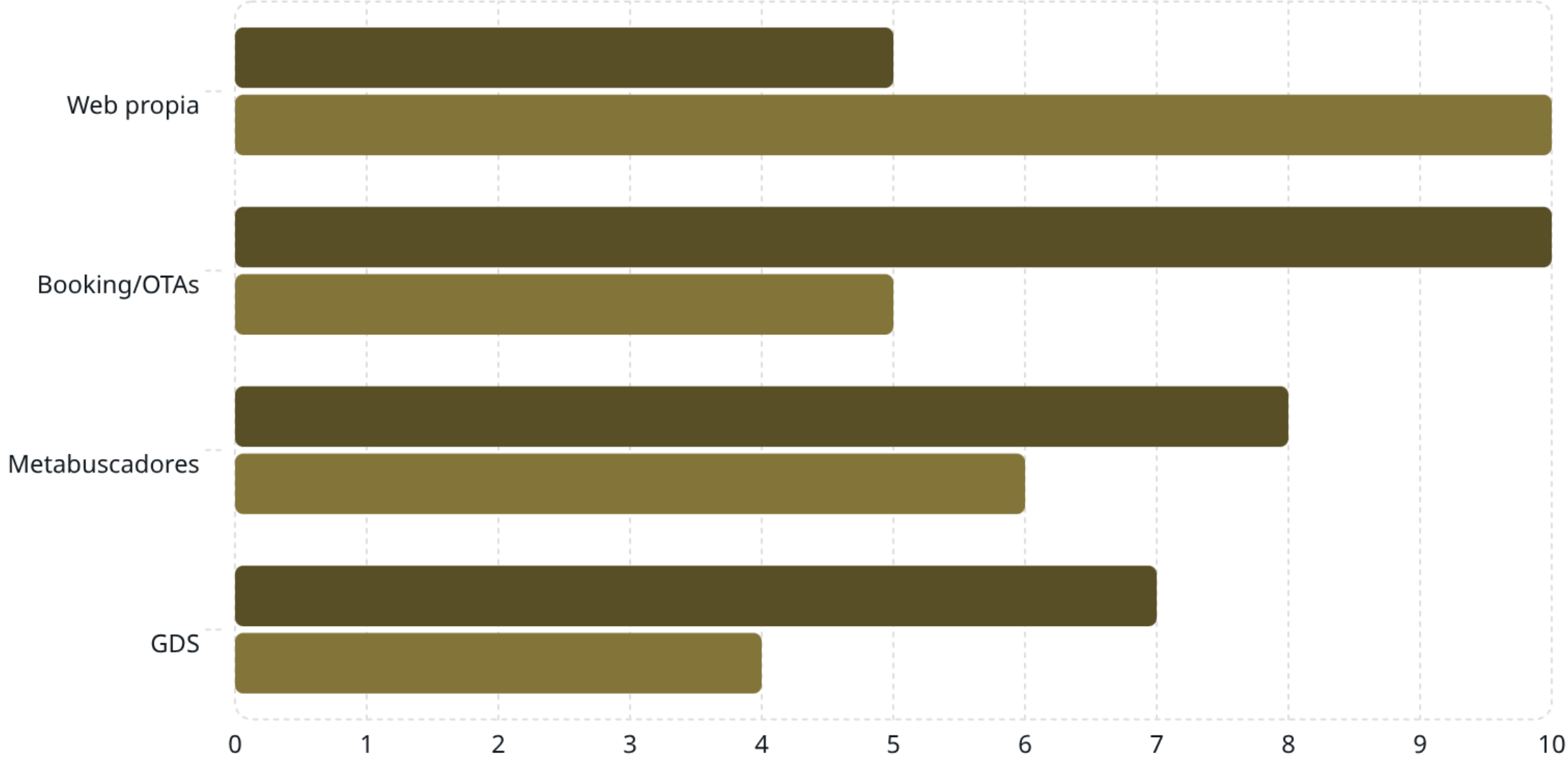
La integración de estas cuatro herramientas forma el ecosistema tecnológico completo de un alojamiento turístico moderno y eficiente.

Comparativa de Canales de Distribución

■ Visibilidad (0-10)

■ Margen económico (0-10)

Canal



La web propia ofrece el mayor margen económico, mientras que las OTAs proporcionan la mayor visibilidad. La estrategia ideal combina ambos tipos de canales para maximizar resultados.

El Viaje Digital del Turista



Inspiración

Redes sociales, blogs y buscadores



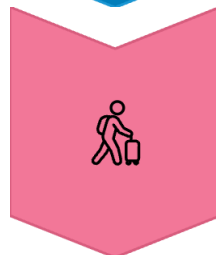
Planificación

Comparadores y plataformas de reservas



Reserva

Móvil u ordenador, pago online



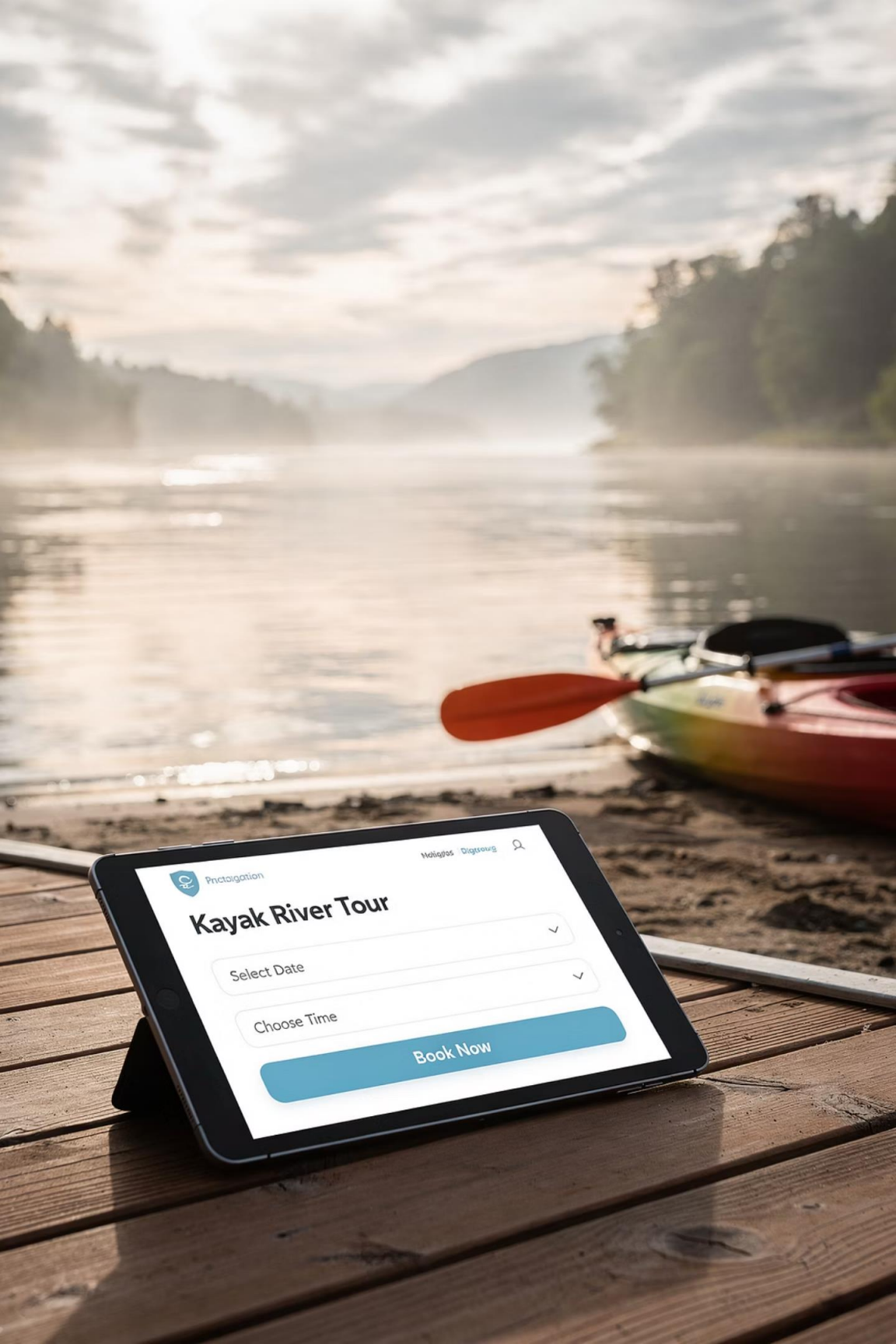
Experiencia

Disfrute del servicio turístico



Valoración

Opiniones online que influyen en otros



Herramientas Digitales para Actividades y Experiencias

Las plataformas especializadas en actividades y experiencias turísticas permiten a empresas de turismo activo, enoturismo, rutas culturales y otras experiencias gestionar sus reservas de forma profesional.

GetYourGuide

Plataforma global de experiencias y actividades

Civitatis

Especializada en turismo hispanohablante

Fareharbor

Software de reservas para actividades y tours

Bokun

Plataforma de gestión para operadores turísticos

Digitalización en el Territorio del Río Miño



Enoturismo en Monção

Bodegas con motor de reservas para visitas y catas, permitiendo seleccionar fecha, horario y pagar online.



Turismo activo en Valença

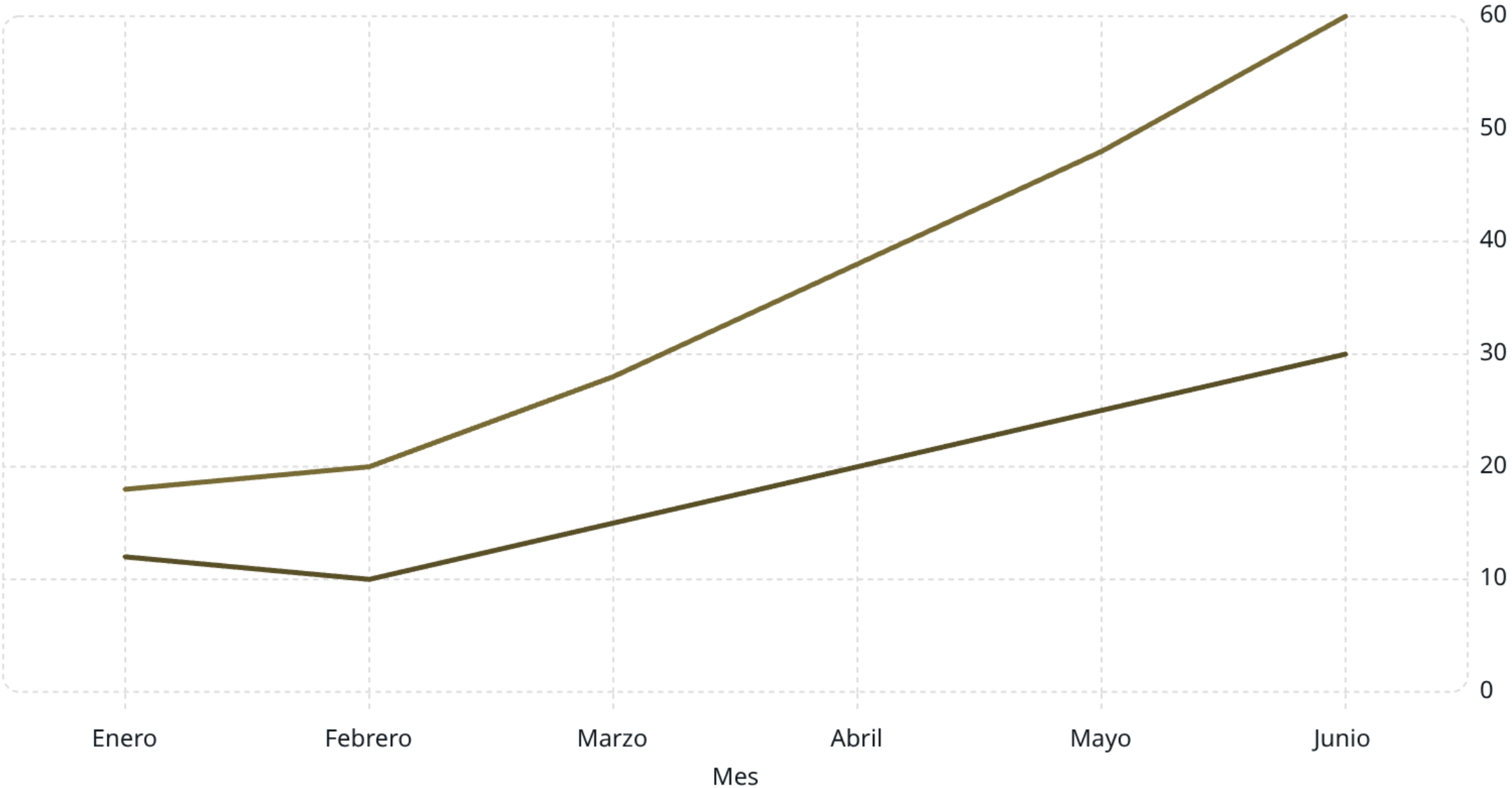
Empresas de kayak con sistemas integrados que gestionan disponibilidad y confirmaciones automáticas.



Alojamiento rural en O Rosal

Casas rurales con channel manager que sincronizan Booking, Airbnb y web propia sin overbooking.

Evolución de Reservas con Digitalización



La digitalización permite un crecimiento sostenido de las reservas, especialmente en temporada alta, gracias a la mayor visibilidad online y la disponibilidad de reserva las 24 horas del día.

Preguntas Frecuentes sobre Digitalización

¿Es caro digitalizar mi negocio?

Existen herramientas para todos los presupuestos. Muchas plataformas ofrecen modelos de comisión por reserva sin coste inicial, lo que reduce el riesgo.

¿Es difícil aprender a usar estas herramientas?

La mayoría de plataformas están diseñadas para ser intuitivas y ofrecen soporte técnico, tutoriales y formación incluida.

¿Necesito todas las herramientas a la vez?

No. Se recomienda empezar con un motor de reservas en la web y añadir herramientas progresivamente según las necesidades del negocio.

¿Puedo seguir usando Booking si tengo web propia?

Sí. La estrategia multicanal combina la venta directa con las OTAs para maximizar visibilidad y rentabilidad.

Conceptos Clave del Módulo

PMS

Sistema central de gestión operativa del alojamiento

Channel Manager

Sincronización automática de disponibilidad entre canales

RMS

Sistema de optimización de precios según la demanda

Motor de reservas

Herramienta para reservas directas desde la web

OTAs

Plataformas intermediarias de venta online (Booking, Airbnb...)

API

Conexión tecnológica entre diferentes sistemas digitales

Conclusiones y Próximos Pasos

La digitalización no es una opción, es una necesidad para competir en el mercado turístico actual. Las herramientas tecnológicas permiten vender más, gestionar mejor y tomar decisiones más inteligentes.

Acción inmediata

Analiza tu negocio y elige una primera herramienta digital para implementar

Objetivo a 6 meses

Mide los resultados: más reservas, más ventas directas, menos errores operativos

Visión a largo plazo

Construye un ecosistema tecnológico completo que automatice y optimice tu negocio turístico





Creación Experiencias



www.riominho.creacionexperiencias.com



gestionproyectos@riominho.creacionexperiencias.com



Tel: +34 692 43 95 19

Interreg  Cofinanciado por la Unión Europea
Cofinanciado pela União Europeia

España - Portugal

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

 **RIO
MINHO**

 cim alto minho
comunidade intermunicipal do minho-lima

 Deputación
Pontevedra

 TURISMO
NORTE
NORTHERN
DESTINY
& DIGITAL

 TURISMO
DE GALICIA 

 ADRIMINHO

 AXENCIA GALEGA
DA CALIDADE
ALIMENTARIA

 ipvc

Universidade de Vigo

 CONCELLO
SALVATERRA DE MIÑO

 CONCELLO DE TUI