



# CRM y Herramientas de Análisis

## Módulo 6 · Parte 2

Domina las plataformas integradas, la segmentación data-driven y los dashboards ejecutivos para transformar tu PYME turística con inteligencia de datos en tiempo real.

# 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 la lista de asistencia

# Preguntas de Diagnóstico

Antes de comenzar, evalúa el nivel actual de tu negocio respondiendo estas preguntas clave:

1

## Big Data 5V

¿Usas Big Data (5V) para segmentar clientes?

2

## CRM/ERP

¿Tienes CRM/ERP con dashboards de ocupación y RevPar?

3

## RFM Analysis

¿Aplicaste análisis RFM (Recencia / Frecuencia / Monetario)?

4

## Informes Predictivos

¿Generas informes predictivos de ocupación a 90 días?

5

## Benchmarking OTA

¿Haces benchmarking de precios de competidores?

6

## Alertas Automáticas

¿Tienes alertas automáticas de baja ocupación y cancelaciones?

MÓDULO 1

# Impacto Analítico de la Digitalización

La transformación digital del sector turístico español está impulsada por los datos. Comprender su impacto es el primer paso para competir en el mercado actual.



# Contexto Sectorial Español 2026

**12.500**

**PYMES turísticas**

Con más de 50 reservas/mes que dependen de datos para sobrevivir

**68%**

**Adopción CRM/ERP**

Aumento en adopción desde 2023, según SEGITTUR

**+18%**

**RevPar con analítica**

Hoteles con analítica vs. -3% sin analítica

**22%**

**Cancelaciones reducibles**

Con predicción ML, según INE 2025

# La Nueva Realidad del Negocio Turístico

## Sin datos

Intuición → Competencia data-driven → **Pérdida de mercado**

## Con datos

Precisión → Clientes fieles → **+35% margen**

Datos = Petróleo del siglo XXI → Analítica = Refinería

# El Turista Digital: 6 Perfiles Data-Driven (2026)

**Buscador Precio 45%**

OTAs + Reviews

**Experiencia Única 28%**

Redes + UGC

**Familias**

Localización + Servicios

**Lújico Discreto 7%**

Directo + Privacidad

**Digital Nomad 4%**

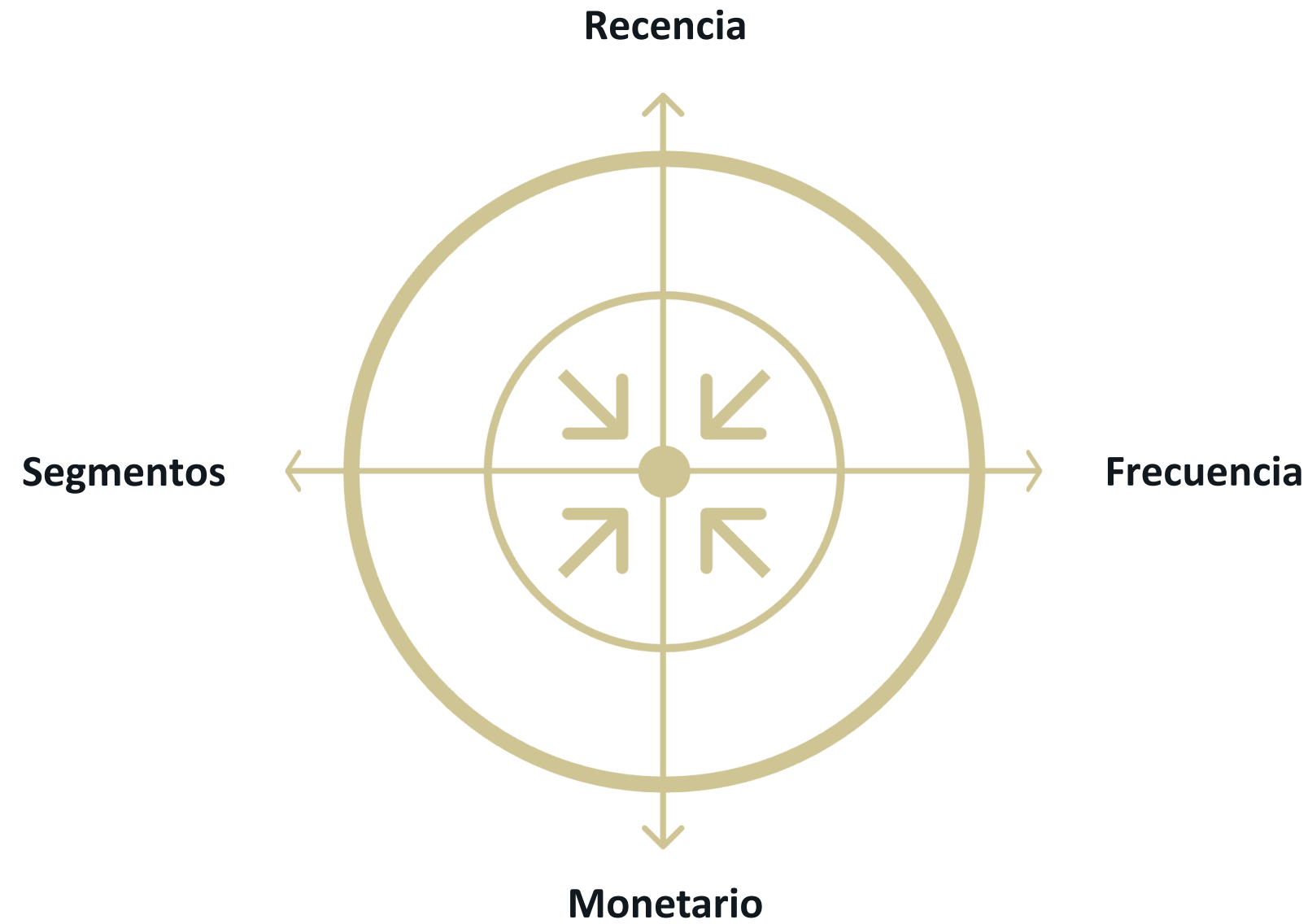
Wifi + Flexibilidad

**Senior Tecno 1%**

WhatsApp + Simple

# RFM Analysis en Turismo

El análisis RFM permite identificar segmentos accionables de clientes para personalizar comunicaciones y maximizar el retorno.



Aplicar RFM permite identificar clientes VIP, clientes en riesgo de abandono y nuevos clientes con potencial de fidelización.

# KPIs Turísticos Fundamentales

Los 10 KPIs esenciales que toda PYME turística debe monitorizar:

ćĉ

---

## RevPar

Revenue Per Available Room

ćĉ

---

## ADR

Average Daily Rate

ćĉ

---

## OTA Capture Rate

% reservas por intermediarios

ćĉ

---

## LTV

Lifetime Value del cliente

ćD

---

## CAC

Customer Acquisition Cost

ćĉ

---

## Churn Rate

% clientes perdidos

02

---

## NPS

Net Promoter Score post-estancia

ćĉ

---

## CLV/CAC Ratio

Óptimo: mayor de 3

ćĉ

---

## Fill Rate

% ocupación real

ćD

---

## Direct Booking Ratio

Objetivo: mayor del 40%



MÓDULO 2

# Big Data Aplicado al Turismo

Descubre cómo los 5V del Big Data, los casos prácticos españoles y las herramientas accesibles pueden transformar tu negocio turístico.

# Los 5V del Big Data Turístico: Volumen

**47**

**Datos por reserva**

Datos estructurados generados en  
cada reserva

**2.847**

**Interacciones/estancia**

Interacciones digitales generadas  
durante una estancia

**1.2TB**

**Datos/año PYME**

Una PYME de 20 habitaciones genera  
1,2 TB de datos al año

**3.7M**

**Menciones/día**

Menciones turísticas en redes sociales  
en España cada día

# Los 5V del Big Data: Valor y Variedad

## Valor: Transformar Datos en Dinero

- +12% RevPar → 1,7% aumento en calidad de datos
- -23% cancelaciones → 41% mejor predicción
- +35% reservas directas → 28% mejor segmentación

## Variedad: 7 Fuentes de Datos

- **Estructurados:** PMS, CRM, TPV, Reservas
- **Semi:** Reviews TripAdvisor, Google, redes
- **No estructurados:** WhatsApp, emails, voz
- **Tiempo real:** Sensores ocupación, precios OTA
- **Externos:** Google Trends, INE, AEMET



# Caso Práctico: Hotel Rural Galicia

## Problema

- 68% reservas vía OTA
- 22% tasa de cancelaciones
- Decisiones basadas en intuición

## Solución y Resultados

**RFM + Weather API** → Oferta personalizada

- OTA capture **-41%**
- Cancelaciones **-29%**
- RevPar **+26%**

# Caso Práctico: Bodega Rioja

## Problema

Temporadas vacías de lunes a jueves. Baja ocupación en días laborables.

## Solución y Resultado

- Google Trends: keywords "catas vino cerca" +15% los lunes
- CRM histórico + precios OTA
- Paquete "Noche + Cata" para "Maridaje + hotel"
- **+43% reservas directas**

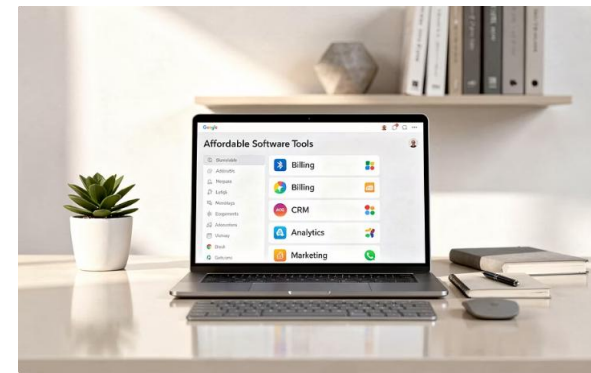


# Herramientas Big Data Accesibles para PYMES



## Gratuitas (Nivel Básico)

- Google Analytics 4 → Comportamiento web
- Google Sheets → Dashboard básico
- Google Trends → Demanda keywords
- Google Data Studio → Visualización



## Low-Cost (<50€/mes)

- ODOO Analytics → ERP integrado
- Hotjar → Heatmaps web reservas
- Mailchimp Analytics → Email ROI
- Zapier → Automatizaciones de datos

**Ejercicio: Identifica tus principales indicadores**

# **Ejemplo: Google Data Studio**



# Cómo usar Google Data Studio en un negocio de turismo

Hoy llamado **Looker Studio**: una forma simple de conectar datos, crear dashboards y tomar mejores decisiones



## 1 ¿Para qué sirve?

- Unificar datos de reservas, marketing y clientes
- Visualizar KPIs en tiempo real
- Detectar tendencias, problemas y oportunidades
- Facilitar decisiones comerciales y operativas



## 2 Fuentes de datos que puedes conectar

- Google Analytics 4
- Search Console
- Google Ads / Meta Ads (via conectores)
- Hojas de cálculo de Google Sheets
- PMS / motor de reservas / channel manager
- CRM y email marketing
- Encuestas y reseñas
- Datos financieros básicos



## 3 Pasos para empezar

- Definir objetivos del negocio
- Elegir KPIs clave
- Conectar las fuentes de datos
- Diseñar un dashboard simple
- Revisar y mejorar cada semana



## 4 KPIs recomendados para turismo

- | Reservas y ventas   | Cliente   | Marketing  | Operación  |
|---|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Reservas totales</li> <li>Ingresos</li> <li>ADR</li> <li>RevPAR</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Valoración media</li> <li>Cancelaciones</li> <li>Estancia media</li> <li>Repetición</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Tráfico web</li> <li>Conversión</li> <li>Coste por reserva</li> <li>ROAS</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Ocupación</li> <li>Antelación de reserva</li> <li>Origen de reservas</li> <li>Canal de venta</li> </ul> |

## 5 Dashboards más útiles

- Visión general del negocio
- Reservas y revenue
- Marketing digital
- Reputación y cliente
- Operación y estacionalidad

## 6 Buenas prácticas

- Empezar con pocos indicadores
- Usar filtros por fecha, canal y segmento
- Comparar con el año anterior
- Combinar datos online y operativos
- Revisar el dashboard cada semana
- Usarlo para decidir, no solo para reportar



Un buen dashboard turístico conecta ocupación, ventas, marketing y experiencia de cliente para mejorar decisiones y rentabilidad.



## MÓDULO 3

# CRM y ERP Turísticos

Las plataformas integradas, la segmentación personalizada y los dashboards en tiempo real son el núcleo de la gestión turística moderna.



# ODOO Tourism: El All-in-One para PYMES



## Gestión

Reservas + Facturación + Inventario integrados



## Analítica

Ocupación + Revenue + Cancelaciones en tiempo real



## Clientes

Historial + Preferencias + Segmentación RFM



## Revenue

Precios dinámicos + Upselling automatizado



## Multicanal

Web + WhatsApp + Email + TPV unificados

# Cloudbeds Analytics: Marketplace Turístico

## Heatmaps

Identifica dónde abandonan los usuarios el proceso de reserva

## Predictivo

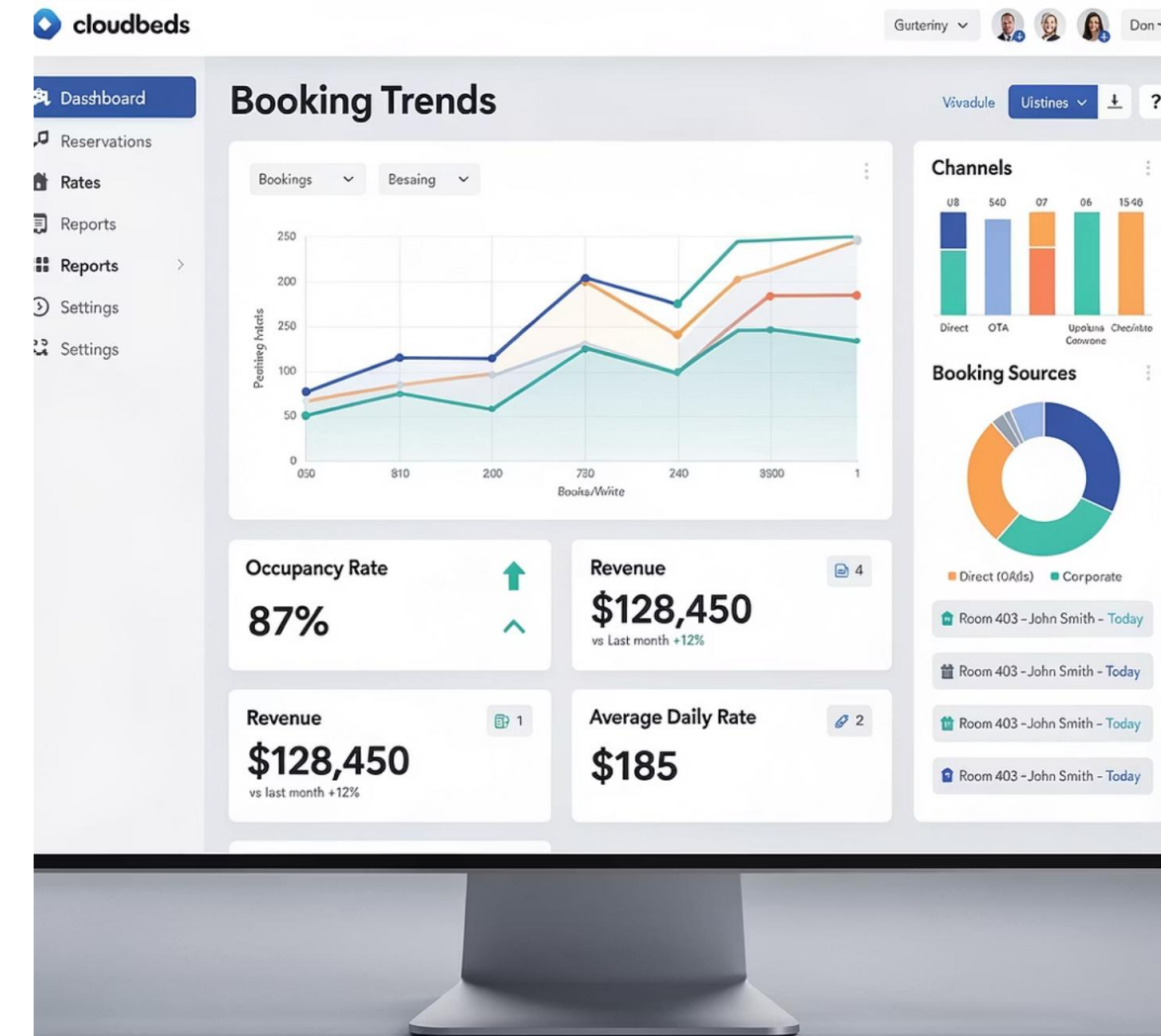
Previsión de ocupación a 90 días con IA integrada

## Segmentos

12 perfiles de cliente generados automáticamente

## Multiidioma

89 mercados disponibles, incluyendo +34 España



# Segmentación Data-Driven: Customer Journey Automatizado



## Awareness

Retargeting abandonos carrito



## Consideración

Reviews y UGC social



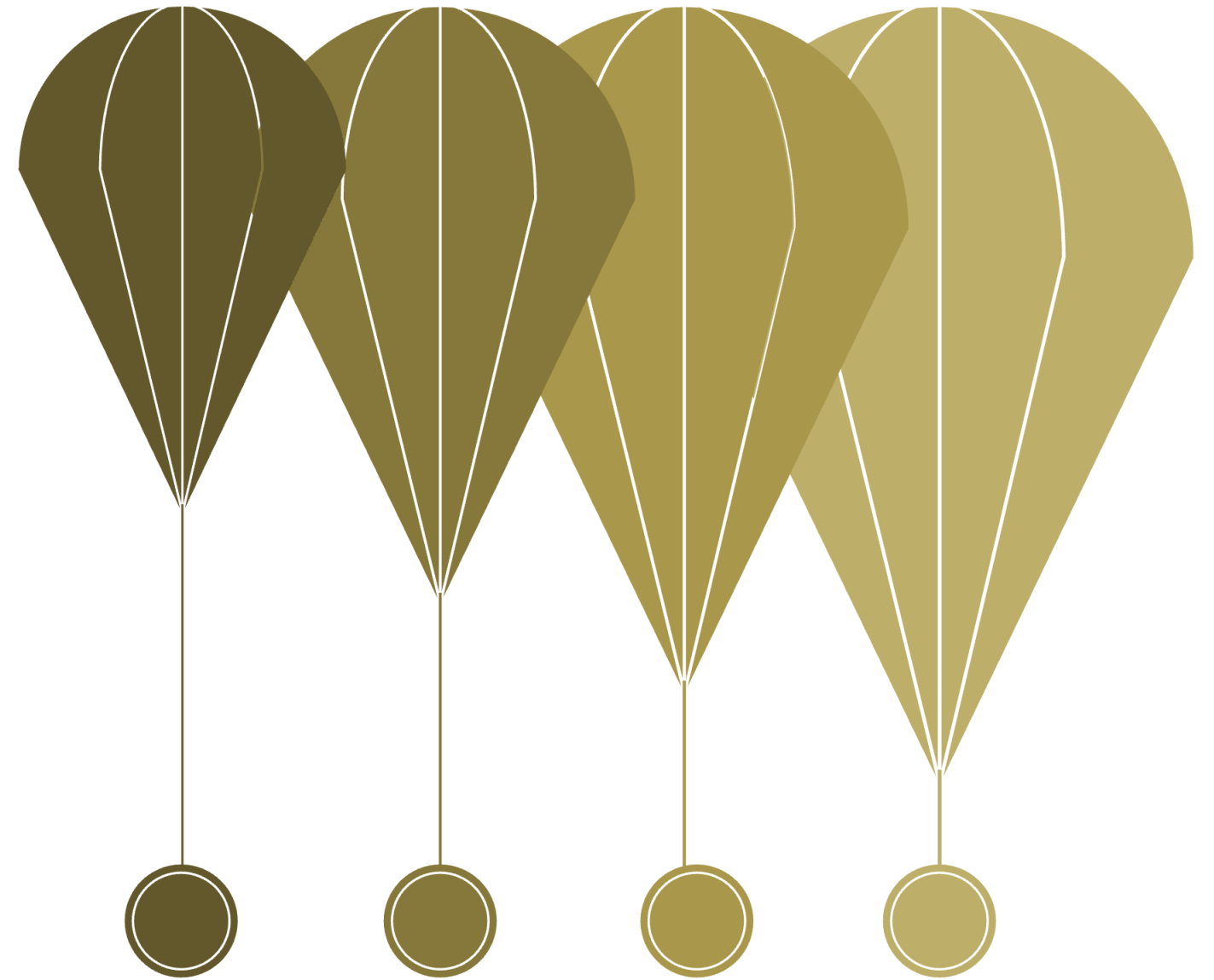
## Decisión

Email última habitación



## Post-venta

Reserva próxima estancia +12%



Automatizar el customer journey permite impactar al cliente en el momento preciso con el mensaje adecuado, incrementando la conversión en cada fase del proceso.

# 6 Triggers Automáticos CRM

1

## Abandonó carrito

"Tu enoturismo te espera" — recuperación de reserva perdida

2

## 1ª Reserva

"Bienvenido, descuento en tu 2ª estancia" — fidelización inicial

3

## Cumpleaños

"Cata gratuita este mes" — personalización emocional

4

## Temporada baja

"Escapada flash -45%" — activación demanda

5

## Review 9+

"VIP Club acceso exclusivo" — recompensa al promotor


6


## Churn detectado


"Te echamos de menos" — reactivación cliente perdido


# Dashboard Ejecutivo One-Page: KPIs en Tiempo Real

El dashboard ejecutivo de una PYME turística debe mostrar toda la información crítica en una sola pantalla, organizada por filas temáticas:

 **Fila 1: Revenue**  
RevPar | ADR | Ocupación | Pipeline de reservas

 **Fila 2: Canales**  
OTA% | Directo% | Cancelaciones | NPS

 **Fila 3: Clientes**  
Top 5 clientes | Revenue source breakdown

 **Fila 4: Alertas**  
Baja ocupación | Precios bajos | Anomalías

# Alertas Automáticas Críticas

## Alerta Roja: Ocupación Crítica

Ocupación inferior al 60% con 30 días de antelación — acción inmediata requerida

## Alerta Roja: Cancelaciones Elevadas

Cancelaciones superiores al 25% mensual — revisar política y comunicación

## Alerta Amarilla: Dependencia OTA

OTA capture superior al 65% — activar estrategia de reserva directa

## Alerta Verde: Rendimiento Óptimo

RevPar superior al benchmark de mercado — mantener estrategia actual



# **Ejercicio: Definiendo nuestro dashboard**

MÓDULO 4

# Inteligencia de Mercado

Benchmarking competitivo, análisis predictivo con IA y fuentes de datos externas españolas para tomar decisiones con ventaja.



# 3 Herramientas Gratuitas de Benchmarking Competitivo



## SimilarWeb

Analiza el tráfico web de tus rivales: fuentes, volumen, palabras clave y comportamiento de usuarios en sus webs.



## OTA Insight

Consulta los precios reales que tus competidores publican en Booking y Expedia para ajustar tu estrategia de revenue.




## TripAdvisor Ranking

Monitoriza tu posición en reviews locales y compárala con la competencia directa en tu destino.

# Matriz de Benchmarking Rápida

Compara tu posición frente a la competencia en tres dimensiones clave para identificar oportunidades de mejora:

Establecimiento	RevPar	OTA Capture	Reviews
Hotel A (Yo)	89€	72%	8.7
Hotel B	104€	59%	9.1 → ¿Por qué?
Hotel C	76€	88%	7.9 → Oportunidad precio

 Hotel B supera en RevPar y reviews con menor dependencia OTA. Analiza su estrategia de reserva directa y gestión de reputación online.

# Machine Learning de Ocupación (No Code)

1

## Google Sheets + ChatGPT

Predicción de ocupación a 90 días sin necesidad de programación

2

## ODOO Forecast

Predicción automática integrada con los datos del ERP

3

## Airtable + Zapier

Pipeline visual con automatizaciones de datos en tiempo real

# Precios Dinámicos Automáticos

## Alta Demanda + Sol (AEMET)

Precio base **+28%**

## Lluvia Prolongada

Precio base **-17%**

## Eventos Locales

Precio base **+43%**

## Competencia Baja

Precio base **+12%**



# Fuentes de Datos Externas Españolas



## INEstat

Demanda turística por Comunidad Autónoma y mes. Datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística.



## AEMET API

Impacto del clima en la ocupación. Integra previsiones meteorológicas en tu modelo de precios dinámicos.



## Google Trends

"Hotel rural + [provincia]" — detecta picos de demanda antes de que lleguen las reservas.



## X/Twitter API

Percepción del destino en tiempo real. Monitoriza la percepción de tu zona turística al instante.

# **Ejercicio: Analizando escenarios futuros**

# Ejercicio: Analizando escenarios futuros

## 1. Variables

Identifica las variables que influyen en la demanda de tu negocio y qué comportamiento tienen

## 2. Histórico

Obtén un histórico suficientemente relevante para disponer de una base previa para el análisis.

## 3. Genera escenarios

Construye escenarios en base a posibles evoluciones de las variables de influencia.

MÓDULO 5

# Casos Prácticos: PYMES Españolas

Tres casos reales de transformación digital en negocios turísticos españoles con herramientas accesibles y resultados medibles.



# Caso 1: Hotel Rural Galicia — ODOO Analytics

## Antes de ODOO

- 68% reservas vía OTA
- 22% tasa de cancelaciones
- Decisiones por intuición y calendario
- Sin identificar clientes fieles

## Después de ODOO

- Dashboard de ocupación en tiempo real
- RFM → 18% clientes VIP identificados
- Emails automáticos → **+29% reserva directa**
- Predicción demanda → **-41% sobreventa**



# Caso 2: Bodega Rioja — Google Data Studio

## Problema

Temporadas vacías de lunes a viernes. Baja ocupación en días laborables durante todo el año.

## Solución

Google Trends "catas vino + Rioja" + CRM histórico + precios OTA → Dashboard "Días problemáticos"

## Resultado

Paquete "Noche + Cata" para búsquedas "Maridaje + hotel" → **+43% reservas de lunes a viernes**

# Caso 3: Autónomo Barcelona

Demostración de que con herramientas 100% gratuitas se pueden lograr resultados extraordinarios:

## Google Sheets

Master de reservas centralizado con fórmulas automáticas

## Google Data Studio

Dashboard de 1 página con KPIs esenciales del negocio

## Zapier WhatsApp → Sheets

Automatización de datos de reservas recibidas por WhatsApp

## Google Trends

Monitorización de competencia y demanda local

📄 Resultado: **+67% reservas directas** sin inversión en software de pago.

MÓDULO 6

# Implementación Práctica: Plan 90 Días

Un plan estructurado y realista para que cualquier PYME turística implemente analítica de datos en tres meses.



# Plan 90 Días: Semanas 1-2 — Infraestructura

ćĉ

---

## Exportar PMS → Google Sheets

Configurar exportación diaria automática de datos del sistema de gestión de propiedades

ćĉ

---

## Google Trends 12 meses

Analizar keywords clave del negocio durante los últimos 12 meses para detectar patrones

ćĉ

---

## Google Analytics 4

Instalar y configurar GA4 en la web del establecimiento para medir comportamiento

04

---

## Plantilla RFM

Cargar la plantilla RFM con los datos históricos de clientes del CRM

# Plan 90 Días: Mes 1 — Primer Dashboard

ĉĉ

---

## Google Data Studio conectado

Conectar Data Studio con Google Sheets para visualización automática de datos

ĉĉ

---

## Alertas Gmail

Configurar alertas automáticas de ocupación y cancelaciones por correo electrónico

ĉĉ

---

## 8 KPIs fundamentales visibles

RevPar, ADR, Ocupación, OTA%, Directo%, Cancelaciones, NPS y Fill Rate en pantalla

ĉĉ

---

## Email mensual directivos

Automatizar envío de informe mensual de resultados al equipo directivo

# Plan 90 Días: Mes 3 — Predictivo Básico



## ODOO Analytics (prueba gratuita)

Activar la prueba gratuita de ODOO e integrar con los datos existentes



## Predicción ocupación 60 días

Configurar el modelo predictivo de ocupación con horizonte de 60 días



## Reporte mensual benchmarking

Generar informe mensual comparativo con la competencia del destino



## Precios dinámicos automáticos

Activar reglas de precios dinámicos basadas en demanda, clima y competencia

# Plantillas

## Dashboard Ocupación Excel

- 1 pestaña de input de reservas
- 5 pestañas de KPIs automáticos
- Alertas de colores RAG (Rojo/Amarillo/Verde)
- Gráficos RevPar vs. mercado

## Segmentación RFM Automática

- Input CRM → 6 segmentos automáticos
- Recomendaciones de acción por segmento
- Calendario de campañas 12 meses

## Calendario KPIs Mensuales

- 42 KPIs críticos del sector turístico
- Fórmulas automáticas integradas
- Benchmarking con la industria española

# Resumen Ejecutivo: ROI Esperado

## Inversión Requerida

15 horas de configuración inicial

2 horas/mes de mantenimiento

## Retorno Obtenido

- +24% RevPar (media PYMES analizadas)
- -19% cancelaciones
- +37% reservas directas
- -41% dependencia OTA
- CLV +56% en clientes segmentados

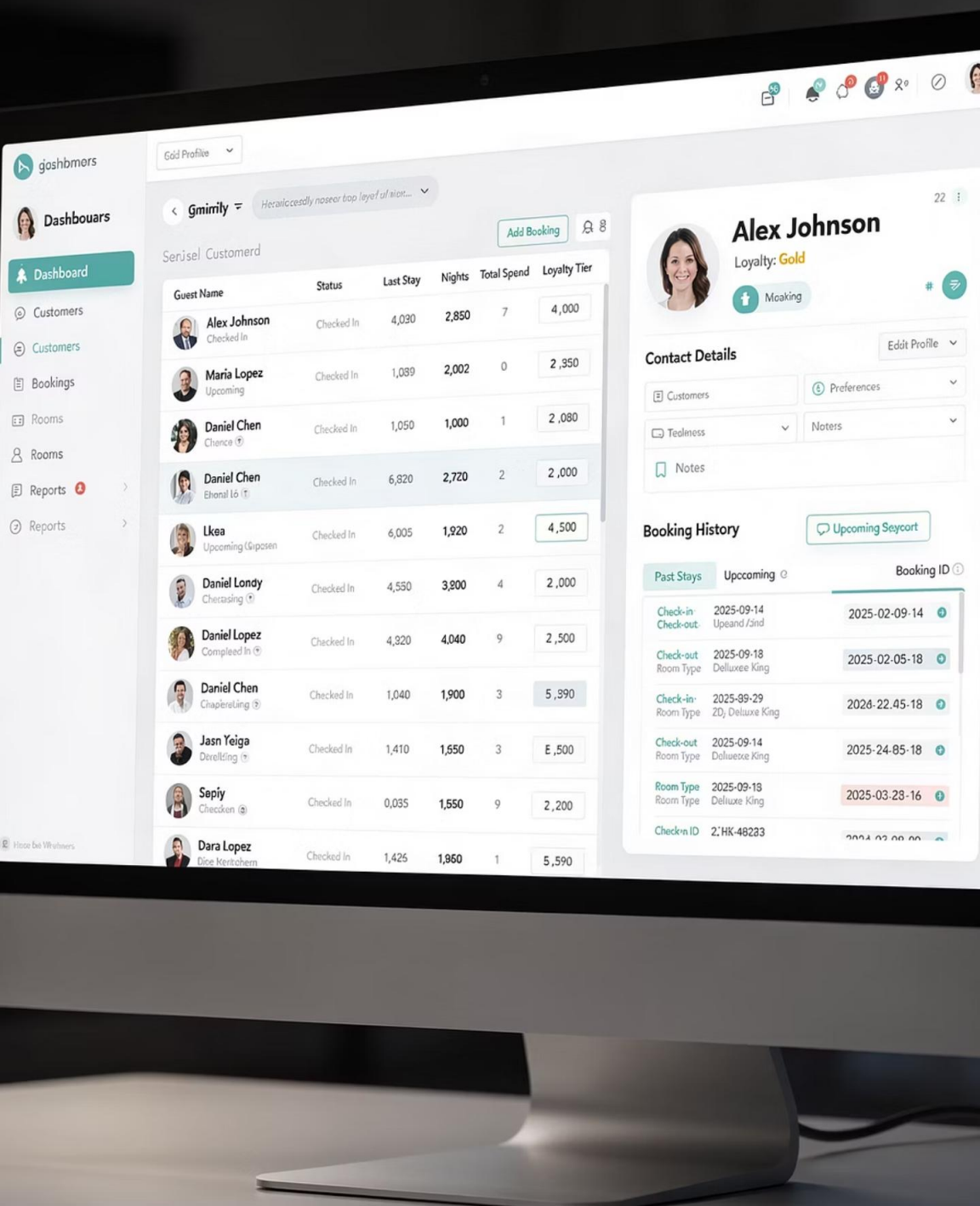
# Hoja de Ruta del ROI



# La Analítica como Ventaja Competitiva

Las PYMES turísticas que adoptan analítica de datos no solo sobreviven — lideran su mercado local con márgenes superiores al 35%.





# Profundizando en CRM Turístico

El CRM turístico va más allá de almacenar contactos. Es el motor de personalización que convierte datos en experiencias memorables y reservas repetidas.

## Centralización de datos

Unifica historial de reservas, preferencias, comunicaciones y valor del cliente en un único perfil

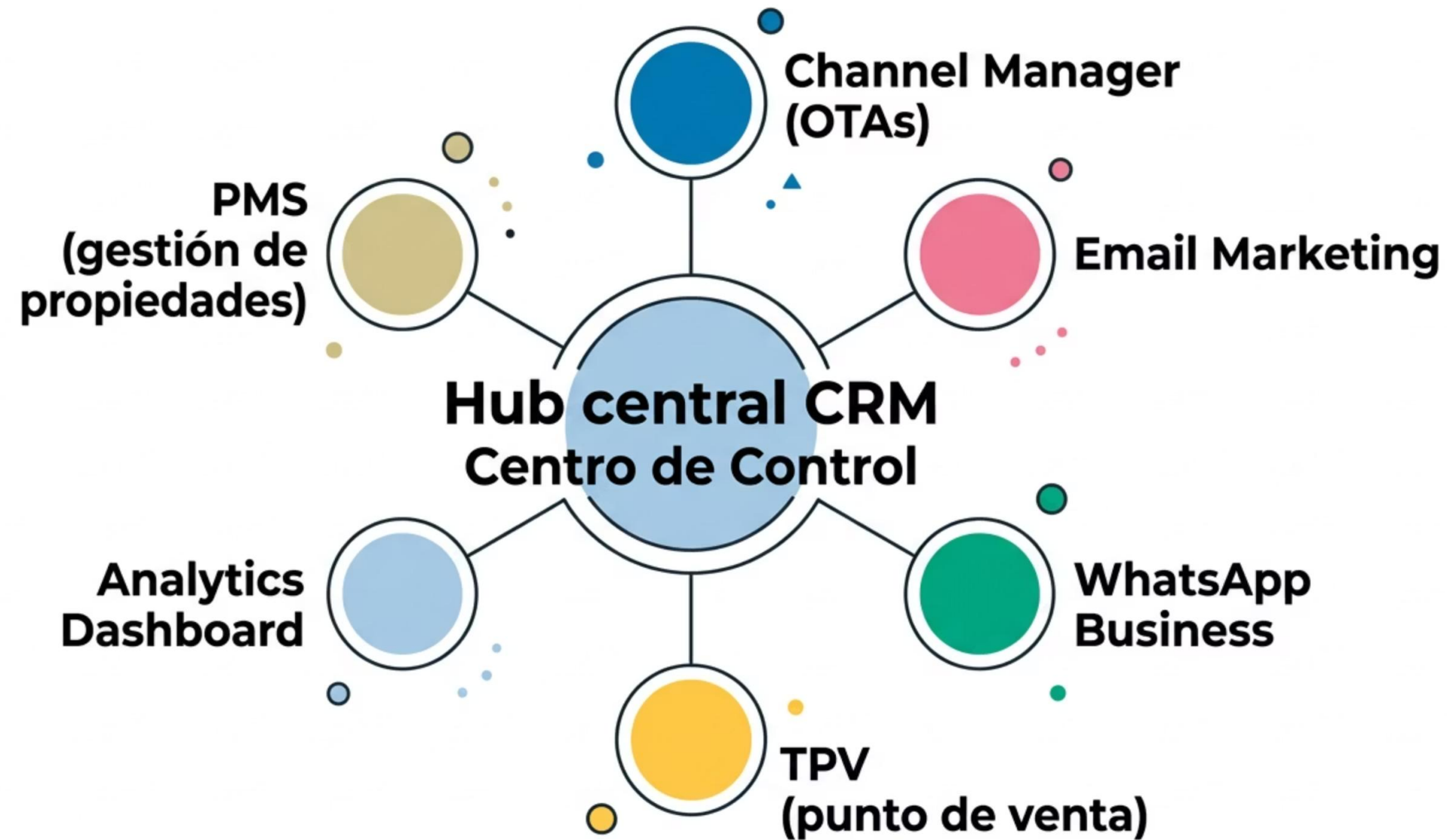
## Automatización inteligente

Triggers basados en comportamiento que activan comunicaciones en el momento óptimo

## Medición continua

KPIs de CRM integrados en el dashboard ejecutivo para tomar decisiones basadas en datos reales

# Integración CRM + PMS + Channel Manager



La integración de todas las plataformas en torno al CRM elimina silos de datos y permite una visión 360° del cliente en tiempo real.

# Segmentación Avanzada: Más Allá del RFM

## Segmentación Geográfica

Origen del cliente, mercado emisor, idioma preferido y canal de captación por región

## Segmentación Comportamental

Patrón de reserva, antelación media, duración estancia, servicios consumidos

## Segmentación por Valor

CLV calculado, ratio CLV/CAC, potencial de upselling y probabilidad de churn (abandono de clientes)

## Segmentación Predictiva

Propensión a reservar en temporada baja, respuesta a descuentos, fidelidad proyectada

# Email Marketing Automatizado para Turismo



## Secuencias Clave

- Bienvenida (3 emails)
- Pre-estancia (2 emails)
- Post-estancia (2 emails)
- Reactivación (1 email)

## Métricas Objetivo

- Open Rate: >25%
- Click Rate: >4%
- Conversión reserva: >2%
- ROI email: >400%

# WhatsApp Business como Canal CRM



## Automatización de Respuestas

Respuestas automáticas a consultas frecuentes: disponibilidad, precios, servicios y políticas de cancelación.



## Recordatorios de Estancia

Envío automático de confirmación, instrucciones de llegada y encuesta post-estancia por WhatsApp.



## Upselling Contextual

Ofertas de upgrade, servicios adicionales y experiencias personalizadas enviadas 48h antes del check-in.

# Revenue Management con IA: Conceptos Clave

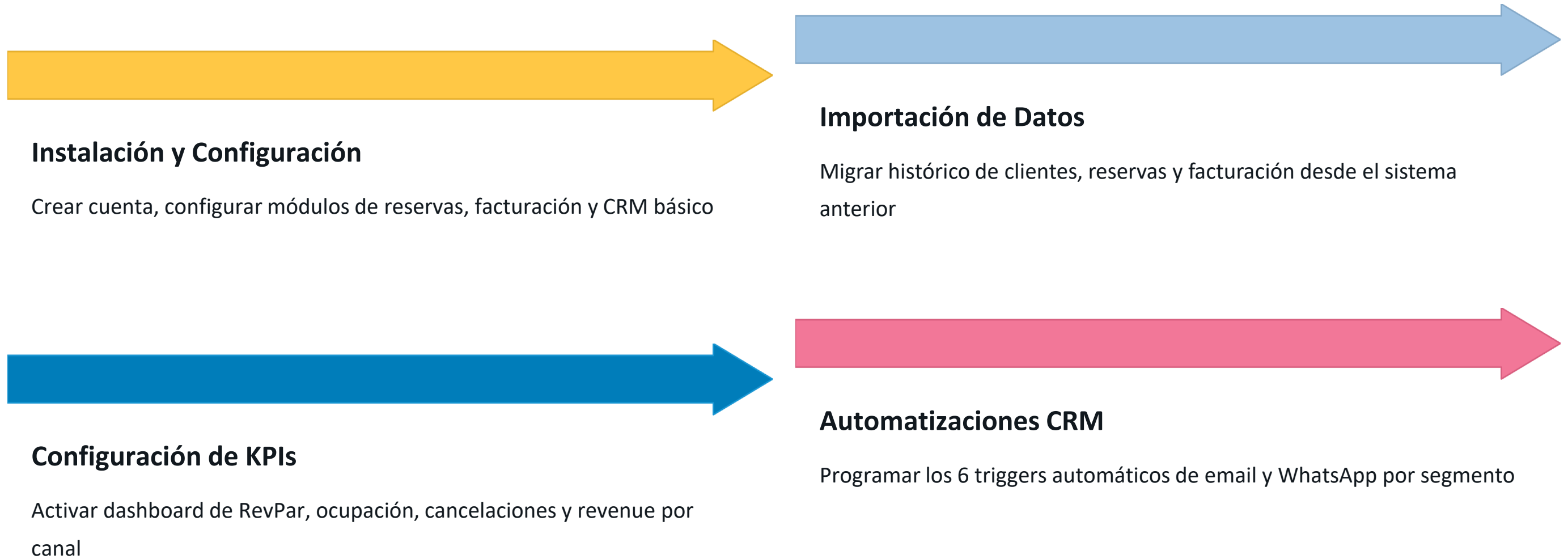


El ciclo de revenue management con IA permite optimizar precios de forma continua, respondiendo en tiempo real a cambios en la demanda, competencia y condiciones externas.

# Comparativa de Plataformas CRM/ERP Turísticas

Plataforma	Precio/mes	Ideal para	Fortaleza clave
ODOO	Desde 0€	PYMES <50 hab.	All-in-one integrado
Cloudbeds	Desde 99€	Hoteles 10-100 hab.	Channel manager + analytics
HubSpot CRM	Desde 0€	Cualquier tamaño	Email marketing + pipeline
Salesforce	Desde 25€	Cadenas hoteleras	Personalización avanzada

# Implementación ODOO: Paso a Paso



## Instalación y Configuración

Crear cuenta, configurar módulos de reservas, facturación y CRM básico

## Importación de Datos

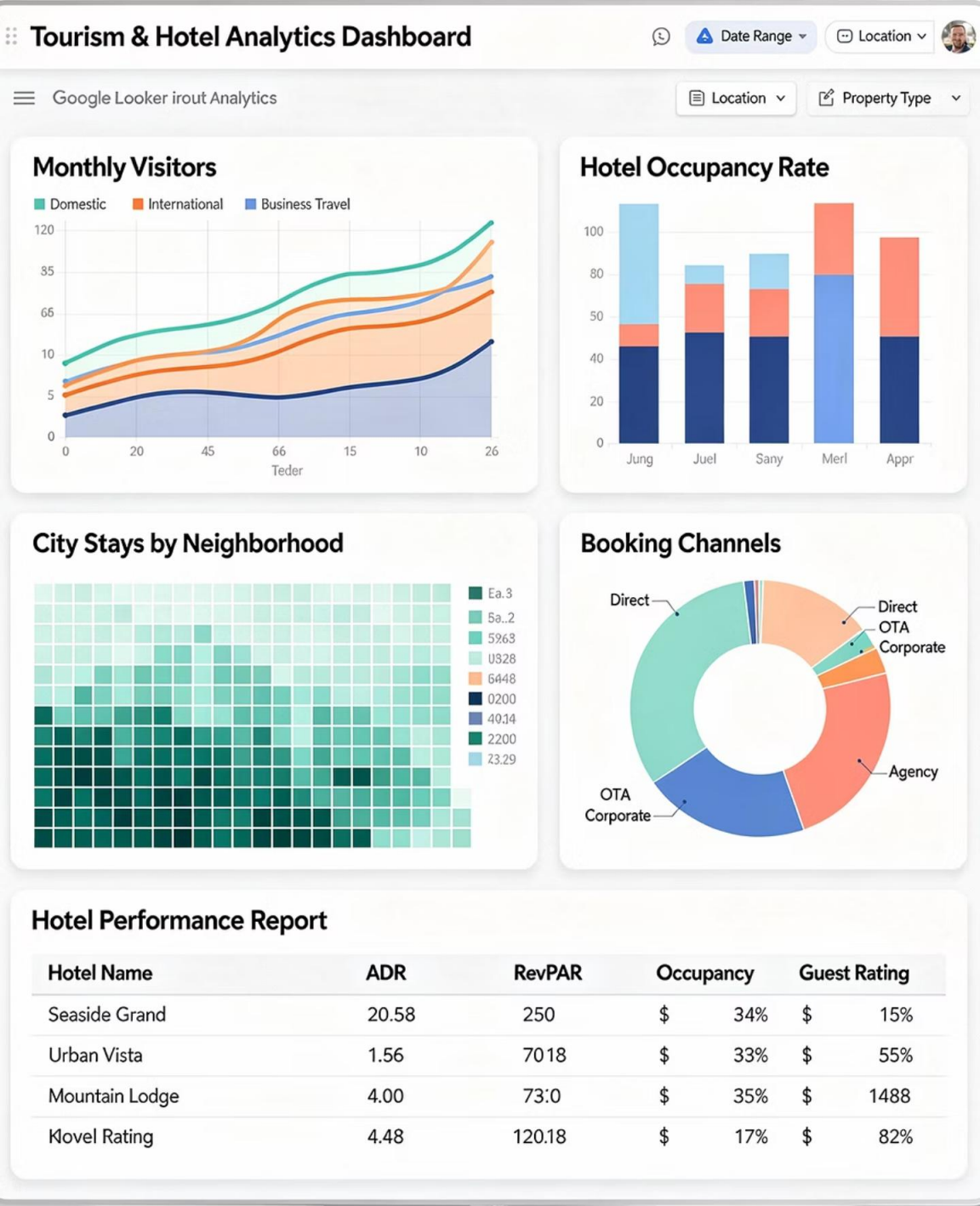
Migrar histórico de clientes, reservas y facturación desde el sistema anterior

## Configuración de KPIs

Activar dashboard de RevPar, ocupación, cancelaciones y revenue por canal

## Automatizaciones CRM

Programar los 6 triggers automáticos de email y WhatsApp por segmento



# Google Data Studio: Tu Dashboard Gratuito

## Conectores Gratuitos

Google Sheets, Analytics 4, Search Console, Google Ads sin coste adicional

## Plantillas Disponibles

Más de 200 plantillas de turismo disponibles en la galería de Data Studio

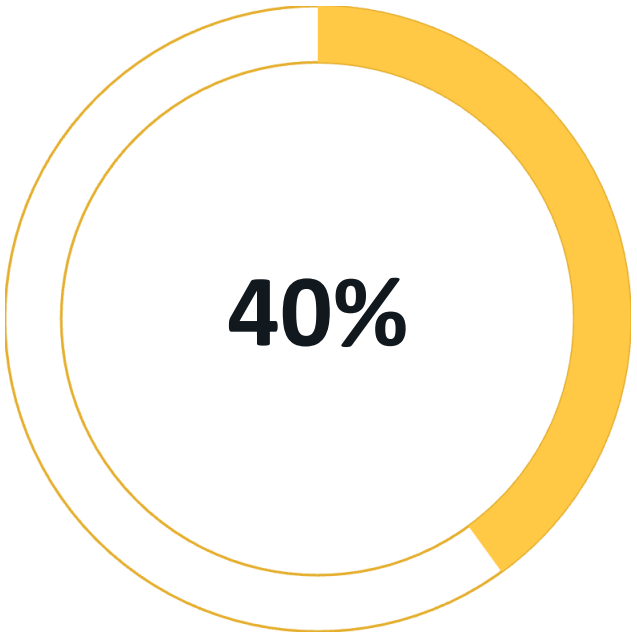
## Actualización Automática

Datos actualizados en tiempo real sin necesidad de exportar ni actualizar manualmente

## Compartir con Equipo

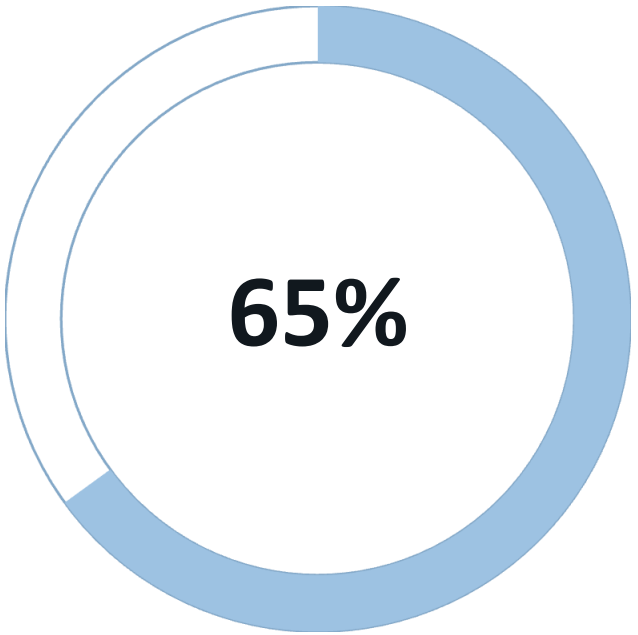
Acceso multiusuario con permisos diferenciados para directivos, recepción y marketing

# Métricas de Éxito del CRM Turístico



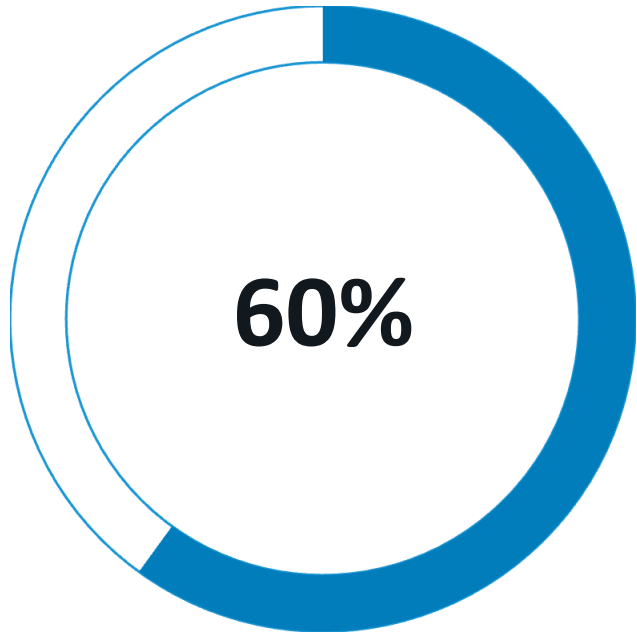
**Direct Booking Ratio**

Objetivo mínimo de reservas directas sin intermediarios



**OTA Capture Máximo**

Umbral de alerta amarilla para dependencia de OTAs

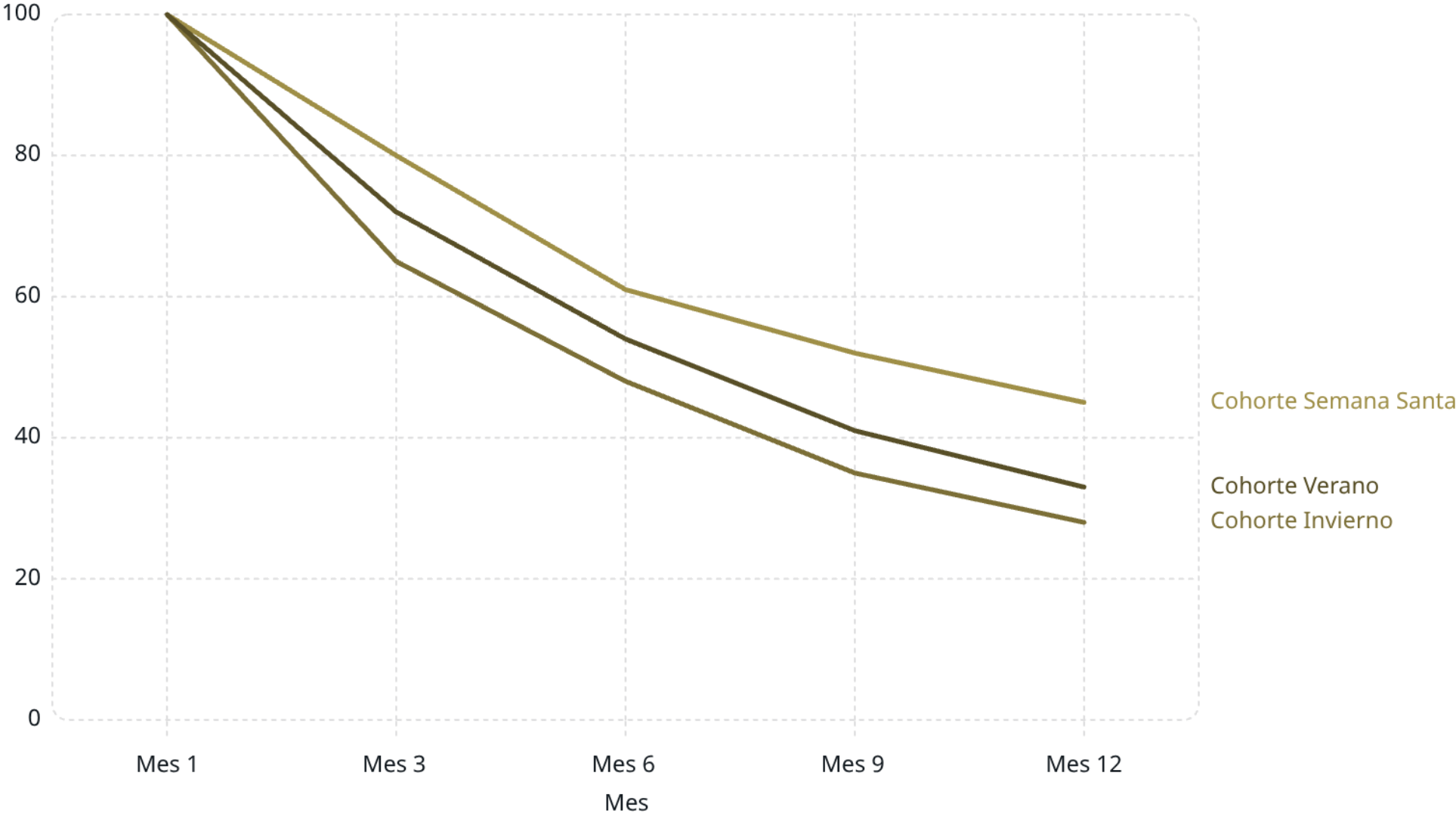


**Ocupación Mínima**

Umbral de alerta roja con 30 días de antelación

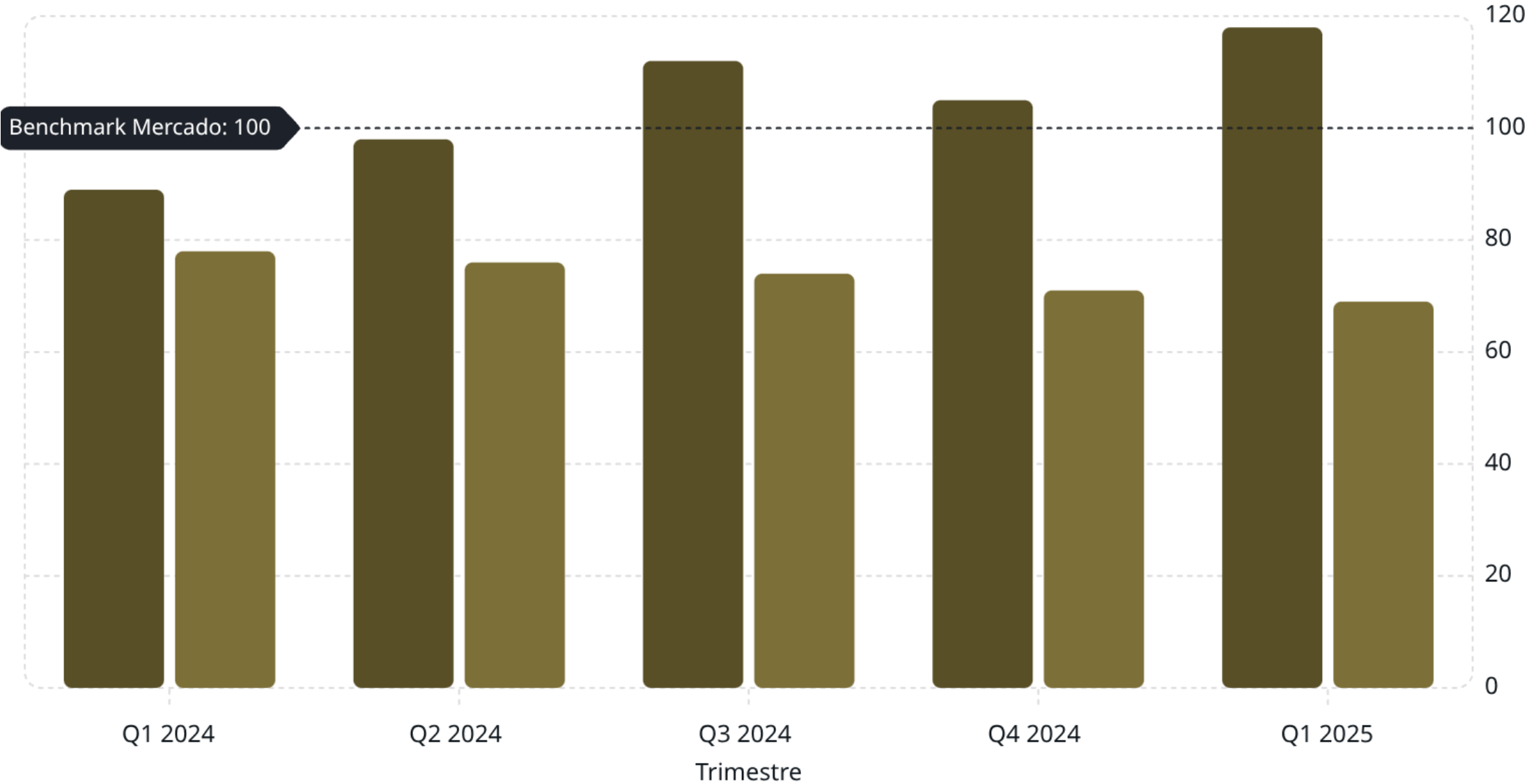
# Análisis de Cohortes de Clientes

El análisis de cohortes permite entender cómo evoluciona el comportamiento de grupos de clientes a lo largo del tiempo, identificando patrones de retención y abandono.



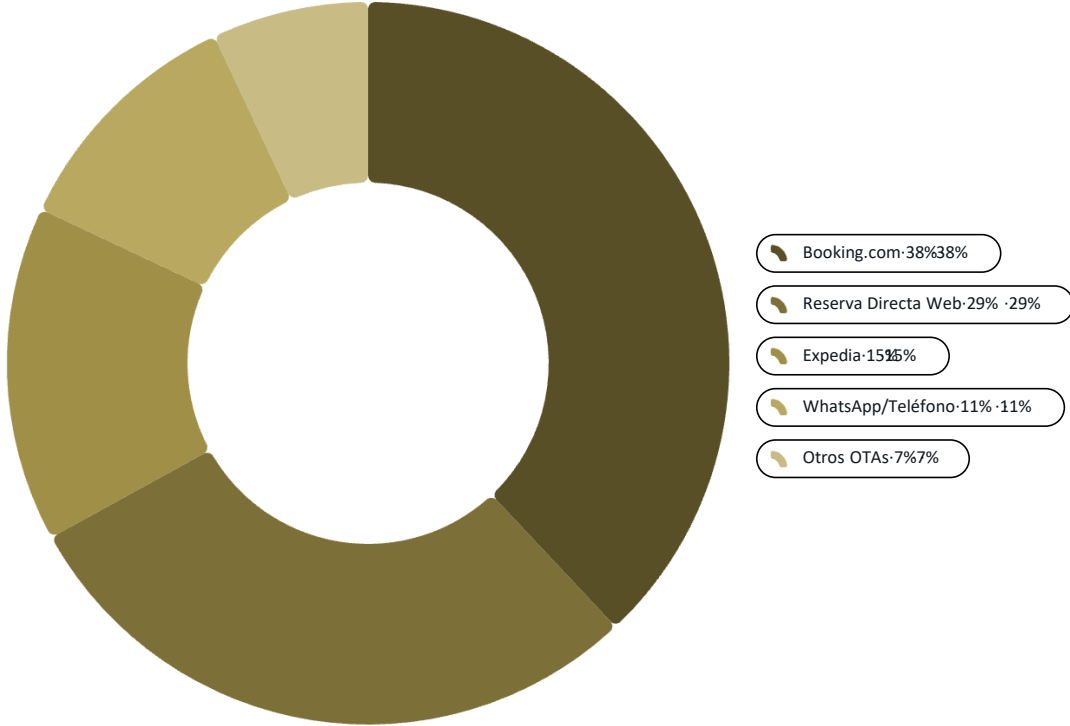
La cohorte de Semana Santa muestra mayor retención a 12 meses, indicando que los clientes captados en ese período tienen mayor fidelidad y CLV.

# Evolución RevPar: Con vs. Sin Analítica



Los hoteles con analítica implementada superan consistentemente el benchmark de mercado, mientras los que operan sin datos muestran una tendencia decreciente de RevPar.

# Distribución de Reservas por Canal



## Objetivo de Optimización

El objetivo es incrementar la reserva directa web del 29% actual hasta superar el **40%**, reduciendo la dependencia de Booking.com por debajo del **30%**.

Cada punto porcentual ganado en reserva directa supone un ahorro de comisiones de entre el 15% y el 25% del valor de la reserva.

# Personalización a Escala: El Poder del CRM

"La personalización no es un lujo — es la expectativa mínima del turista digital de 2026. El CRM es la herramienta que lo hace posible a escala."

**+56% CLV**

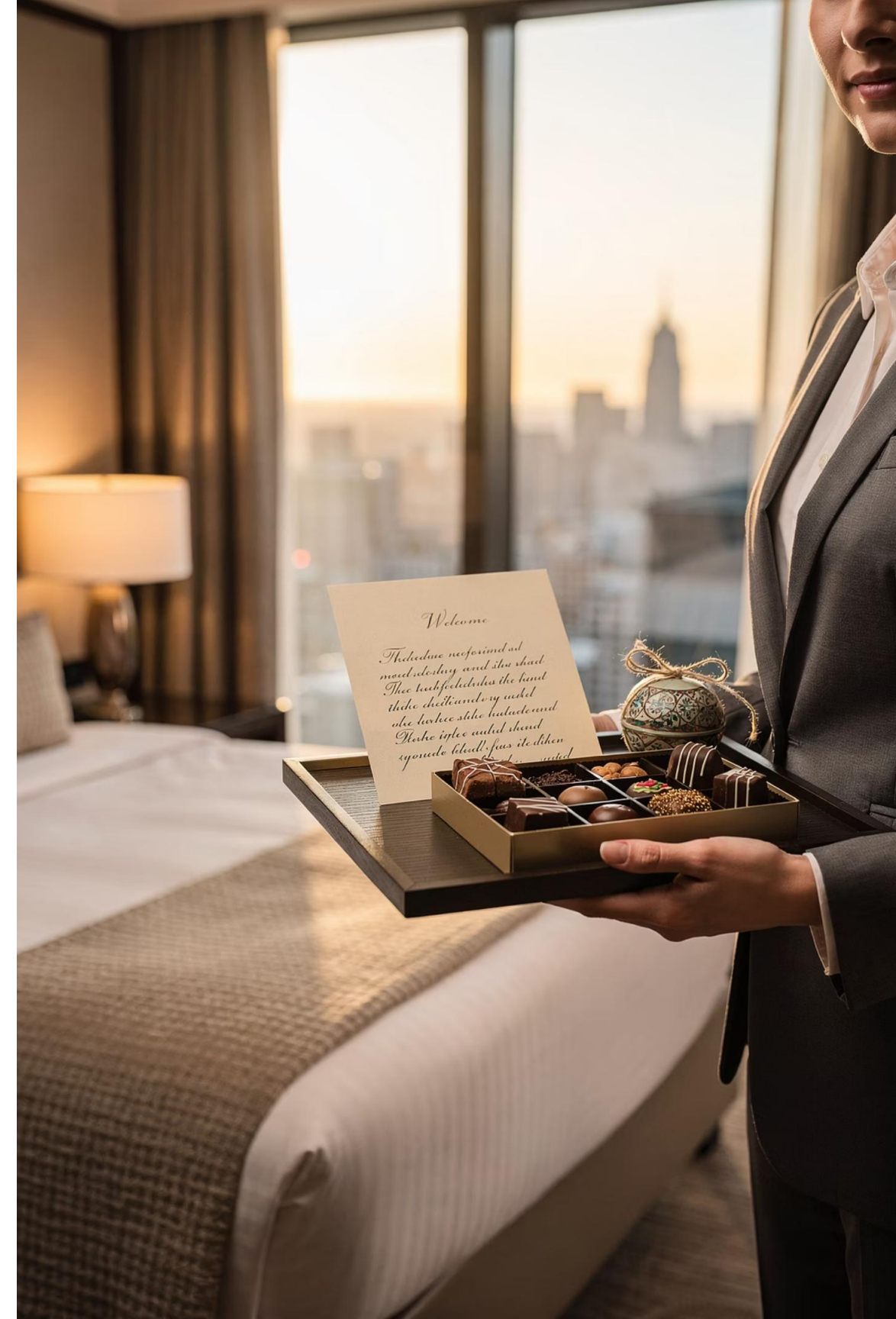
Clientes segmentados y personalizados

**+37% Directo**

Reservas sin intermediarios

**-19% Cancelaciones**

Con comunicación proactiva



# Errores Comunes al Implementar CRM

## → Datos sucios desde el inicio

Importar datos sin limpiar duplicados ni normalizar campos genera segmentaciones incorrectas desde el primer día

## → Automatizar sin estrategia

Los triggers automáticos sin segmentación previa generan spam y dañan la reputación del establecimiento

## → Demasiados KPIs a la vez

Comenzar midiendo 40 métricas paraliza la acción. Empieza con 8 KPIs fundamentales y escala gradualmente

## → No medir el ROI del CRM

Sin medir el retorno de cada campaña y automatización, es imposible optimizar ni justificar la inversión

# Checklist de Implementación CRM

## Fase 1: Fundamentos

- Plataforma CRM seleccionada
- Datos históricos importados
- Segmentación RFM activa
- Dashboard 8 KPIs visible
- Alertas automáticas configuradas

## Fase 2: Automatización

- 6 triggers CRM programados
- Secuencias email activas
- WhatsApp Business integrado
- Precios dinámicos activados
- Reporte mensual automatizado



# El Futuro del CRM Turístico: IA Generativa

## Chatbots con IA Generativa

Atención al cliente 24/7 con respuestas personalizadas basadas en el historial del huésped en el CRM

## Hiperpersonalización Predictiva

IA que anticipa las necesidades del cliente antes de que las exprese, basándose en patrones de comportamiento

## Revenue Management Autónomo

Sistemas que ajustan precios, inventario y distribución de forma completamente autónoma en tiempo real

# Casos de Éxito: Impacto Cuantificado

**+24%**

**RevPar medio**

Media de PYMES turísticas analizadas  
tras implementar analítica

**+43%**

**Reservas directas**

Bodega Rioja tras implementar  
Google Data Studio y CRM

**+67%**

**Reservas directas**

Autónomo Barcelona con  
herramientas 100% gratuitas  
INNOTUR

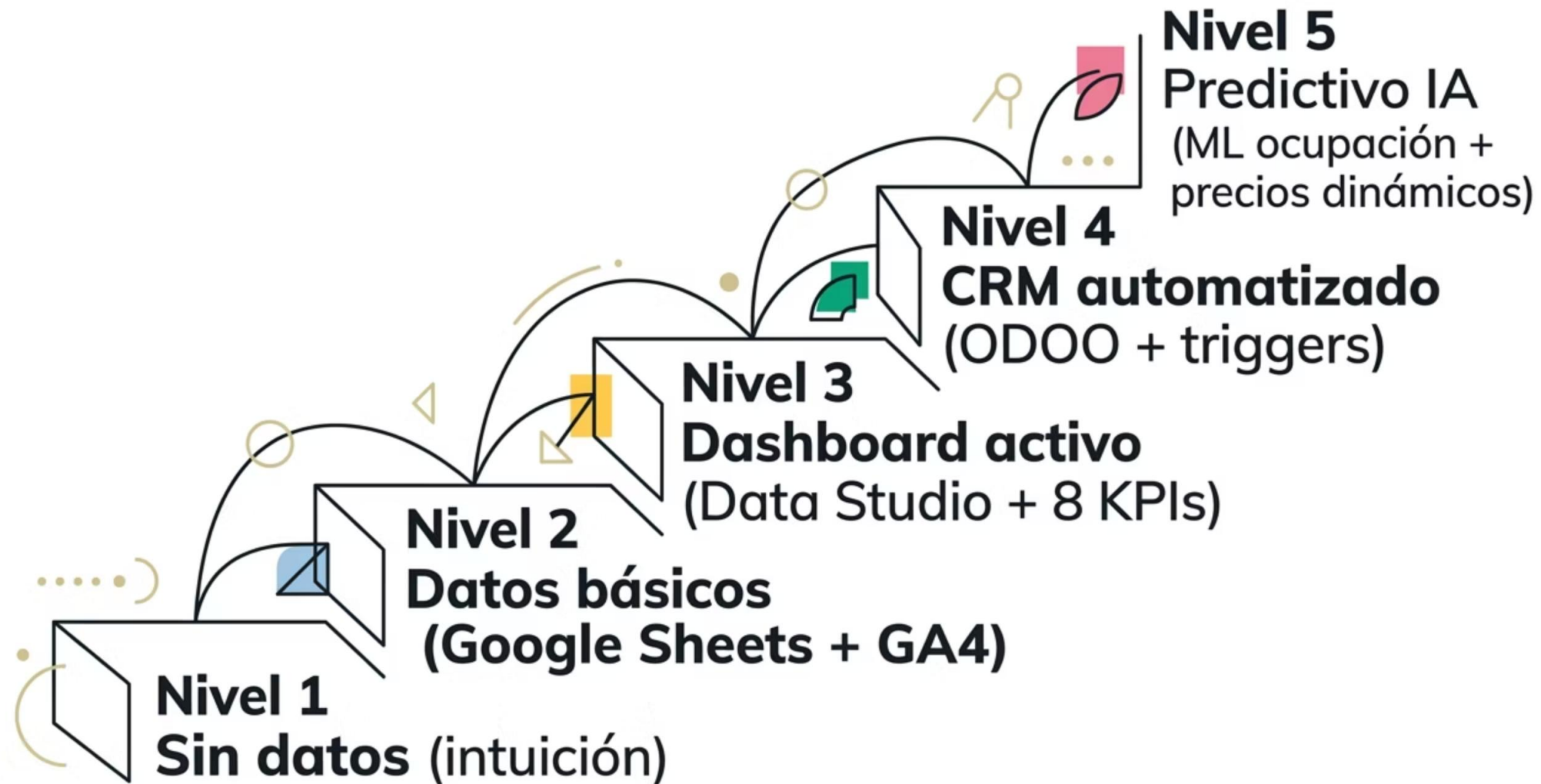
**28K€**

**Beneficio neto año 1**

Estimado para hotel de 15  
habitaciones con plan completo

# Tu Hoja de Ruta Personal

Define tu punto de partida y traza el camino hacia la analítica avanzada:



# Recursos y Próximos Pasos



## Descargar Plantillas

Dashboard Excel, RFM automático y Calendario KPIs disponibles en el portal INNOTUR



## Tutoriales en Vídeo

Guías paso a paso para configurar ODOO, Data Studio y Google Analytics 4



## Comunidad INNOTUR

Foro de PYMES turísticas españolas para compartir experiencias y resolver dudas



## Consultoría Gratuita

Sesión de diagnóstico de 30 minutos para definir tu plan de implementación personalizado

# Conclusión: De los Datos al Éxito

Con 15 horas de configuración y 2 horas de mantenimiento mensual, cualquier PYME turística española puede transformar sus datos en ventaja competitiva real y sostenible.

## Empieza hoy

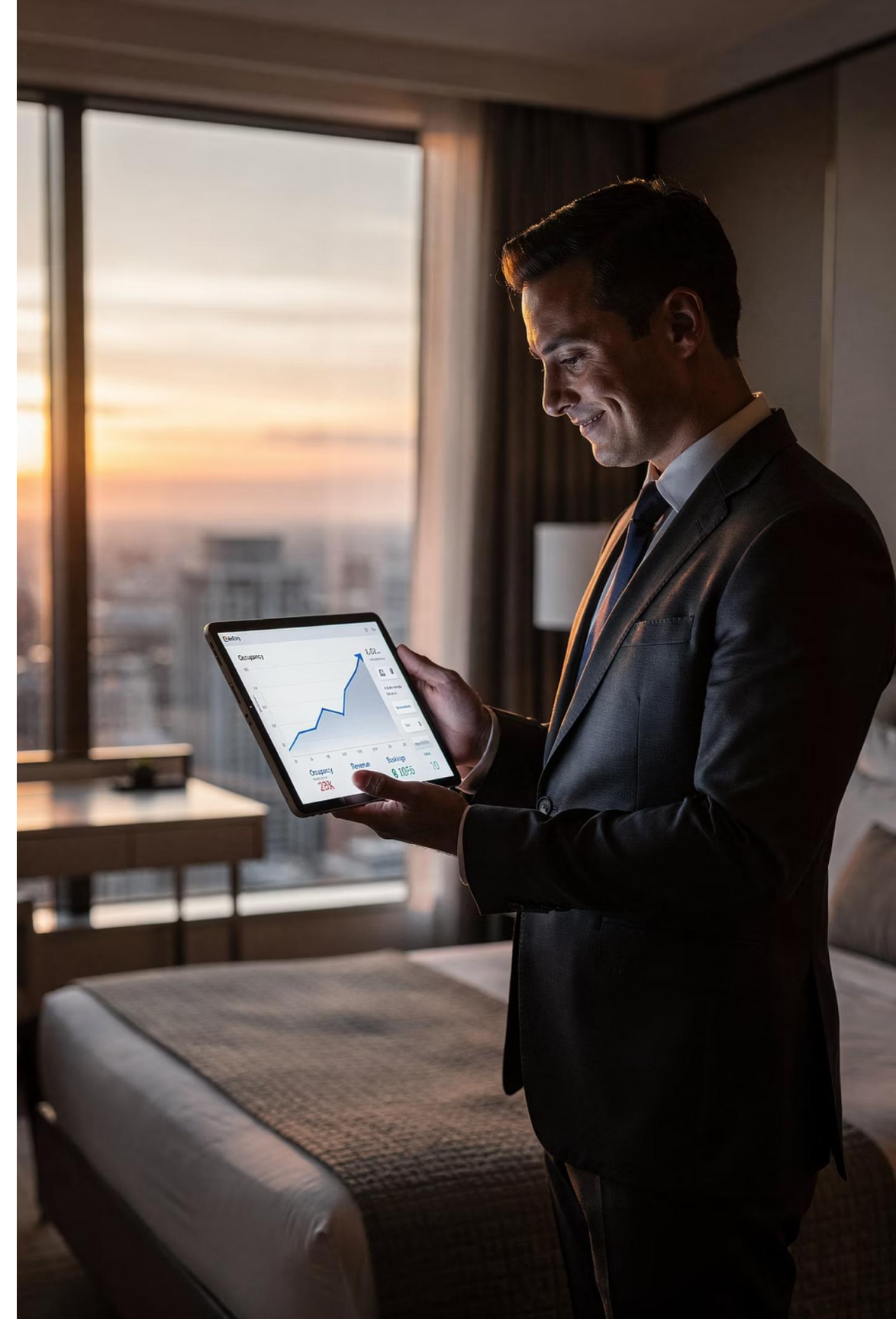
Descarga las plantillas INNOTUR e instala GA4 esta semana

## Mide en 30 días

Tu primer dashboard con 8 KPIs funcionando en un mes

## Escala en 90 días

Predictivo, precios dinámicos y CRM automatizado operativos





# Creación Experiencias



[www.riominho.creacionexperiencias.com](http://www.riominho.creacionexperiencias.com)



[gestionproyectos@riominho.creacionexperiencias.com](mailto: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

 **RÍO MINHO**

 cim alto minho  
comunidade intermunicipal do minho-lima

 Deputación Pontevedra

 TURISMO NORTE  
NORTHEM PORTUGAL  
NORTHEM GALICIA

 TURISMO DE GALICIA 

 ADRIMINHO

 AXENCIA GALEGA DA CALIDADE ALIMENTARIA

 ipvc

Universidade de Vigo

 CONCELLO SALVATERRA DE MIÑO

 CONCELLO DE TUI