

21 Febrero 2020

MÁS OPCIONES

La estrategia de transformación digital de Turismo Costa del Sol será estudiada por las escuelas de Negocio más prestigiosas a nivel nacional e internacional

Del Cid destaca que proyectos como éste nos permiten buscar una mejora continua en las operaciones y marketing turístico



El prestigioso Instituto de San Telmo ha estudiado como uno de sus casos de éxito el proyecto de indicadores de transformación digital de Turismo Costa del Sol en una sesión a la que asistieron más de un centenar de empresarios del sector turístico de la provincia de Málaga, que contó con la presencia de responsables de diferentes administraciones.

Los asistentes a esta jornada, incluida en la cátedra de Turismo de Peñarroya estuvieron debatiendo la idoneidad del proyecto y sobre su implantación, así como la posibilidad de implantar el sistema en sus diferentes empresas.

El prestigioso Instituto de San Telmo ha elaborado un caso en materia de transformación digital, concretamente sobre el proyecto DECISION MAKING de Costa del Sol. La consejera delegada de Turismo Costa del Sol, Margarita del Cid, ha destacado "que proyectos como éste nos permiten buscar una mejora continua en las operaciones y marketing turístico".



Lo importante es, según ha manifestado Margarita del Cid, que "ciertamente hemos inspirado a casi una docena de empresas, que quieren iniciar un proyecto de digitalización, en el que las administraciones de nuestra provincia", esto dotará de transparencia y un mayor ratio de acierto en las decisiones de las administraciones públicas.

MÁS OPCIONES

Nuestro objetivo era claro ha indicado Del Cid "visionar el proyecto, conceptualizarlo y llevarlo a cabo en la empresa, ganando adeptos. Algo que conseguimos con éxito, implicamos a toda la plantilla, pasando de un escenario negativo a contar con la predisposición de toda la plantilla, lo cual es toda una satisfacción, pues se trata de un proyecto en el que la alta dirección ha tenido una apuesta decidida, pero también los empleados de la empresa por su proactividad, profesionalidad, generosidad, empuje y buen hacer".

Lo importante ahora es, según ha indicado la consejera delegada, "implementar mecanismos para que se puedan tomar decisiones basadas en dichos indicadores operativos".

El sector turístico presente en dichas jornadas valoró muy positivamente que este tipo de proyectos se desarrollen en la administración pública, porque, como ha apuntado Margarita del Cid "nos ayuda, sin dudas a ser más competitivos".

Este tipo de proyectos requieren de "la gestión del cambio" que es uno de los elementos principales que ocupan las actuales agendas de la alta dirección en la empresa, y lo es principalmente producido por la disrupción tecnológica y de innovación llevado a cabo en los últimos años, que requiere de una adaptación continua, permanente. EL 70% de los proyectos tecnológicos no llegan a buen puerto, y esto es precisamente por una inadecuada orientación. Estos proyectos deben construirse desde y con las bases (equipos), y no ser imposiciones de la alta dirección. Solo de esta manera se genera energía y palancas de activación para conseguir los objetivos.

Por otro lado, para conseguir potenciar estos proyectos de cambios, es clave "La cultura empresarial". Potenciarla desde el sentimiento de pertenencia de los equipos que tienen que convertirse en catalizadores de estos nuevos proyectos. Este sentimiento de pertenencia se construye desde 3 habilidades: Labrar la seguridad: potenciar las señales de vinculación para establecer lazos de pertenencia y de identidad; compartir la vulnerabilidad: el hábito de afrontar riesgos comunes propicia a cooperación basada en la confianza en los equipos; y definir un propósito: habilidad de implantar y comunicar (alineando palabras con hechos) un objetivo y valores comunes.

El rendimiento de los equipos de trabajo para estos proyectos de digitalización no depende de las capacidades medibles como la inteligencia, destreza y la experiencia sino de la seguridad que generamos en ellos para conseguir un objetivo. La seguridad es la cimentación de una cultura robusta. Saber que si se asume un riesgo el equipo está ahí para responder, potencia el talento.

Es una difícil labor de alinear las motivaciones, la conciencia y los comportamientos, algo que con mucho ímpetu esfuerzo y trabajo hemos conseguido y ha permitido hacer realidad este proyecto.

Además de todos los indicadores del entorno, visión tráfico aéreo, hoteles y apartamentos turísticos, movimientos en el territorio, oferta y demanda de los segmentos turísticos, y escucha activa en los medios sociales, Turismo Costa del Sol cuenta con una batería de indicadores que nos permiten tener visión de lo que



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

Accede al detalle a nivel operativo, y nos ayuda a saber el grado de atribución de cada inversión de promoción tanto online, como offline. Gracias a esto, tu inversión publicitaria es más eficiente y efectiva.
MÁS OPCIONES

MENU

- > Empresa
 - > Quiénes somos
 - > Líneas de trabajo
 - > Tecnologías y Modernización
 - > Desarrollo Económico
 - > Planificación Territorial
 - > Marketing Turístico
 - > Trayectoria histórica
 - > Órganos directivos
 - > Estructura organizativa
 - > Sistema de Gestión y Organización
 - > Política de Gestión y Organización
 - > Transparencia
 - > Perfil del contratante
- > Comunicación
 - > Noticias
 - > Convocatorias de prensa
 - > Dossiers de prensa

ENLACES DE INTERÉS

- > Contacto
- > Aviso legal
- > Protección de datos
- > Accesibilidad
- > Mapa Web
- > Buscar
- > Perfil del Contratante
- > Portal de transparencia
- > Datos abiertos

CONTACTO

-  Plaza de la Marina, 4
29015 Málaga
-  +34 952 12 62 72
-  info@costadelsolmalaga.org
-  www.costadelsolmalaga.org