



## EN ESTE BOLETIN...

### 1. ¿Qué sucede en SICTED?

- Planificación de los Comités de Distinción de 2025

### 2 . Actualidad

- Se distinguen 131 servicios turísticos de Santiago de Compostela reafirmando el compromiso por la calidad turística
- La nueva Web de turismo de Altea cuenta con una sección específica sobre SICTED

### 4. Comunidad SICTED

- Entrevista a Flavia Ramil Millarengo, gerente de Turismo de Santiago – Segundo premio Mejor visibilidad del destino SICTED en medios

### 5. Aprende

- Arranca la XXVI edición de Anfitriones

## ¿Qué sucede en SICTED?

### Planificación de los Comités de Distinción de 2025

Junto al Comité de Distinción SICTED de junio de 2025, os anunciamos que celebraremos también el Comité del mes de diciembre, ambos **bajo la actual metodología SICTED.**

Las distinciones obtenidas en junio y diciembre serán válidas durante 2026, año en el que abordaremos progresivamente la transición hacia el nuevo modelo SICTED.

Así, las fechas clave de distinción en 2025 son las siguientes:

Tipo de comité	Apertura plataforma	Cierre plataforma	Fecha comité
Ordinario	20 de diciembre 2024	31 de mayo 2025 (23:59 h)	15 de junio 2025
Ordinario	25 junio 2025	24 de noviembre 2025 (23:59 h)	1 de diciembre 2025

Ante cualquier duda sobre cómo abordar la implantación del proyecto en base a esta planificación, poned en contacto con el Equipo SICTED a través del correo [sicted@calidadendestino.org](mailto:sicted@calidadendestino.org).

## Actualidad

### Se distinguen 131 servicios turísticos de Santiago de Compostela reafirmando el compromiso por la calidad turística

Santiago de Compostela sigue apoyando y reforzando la calidad turística del destino. El pasado **miércoles 2 de abril** tuvo lugar el acto de entrega de los distintivos en la Casa das Asociacións de Cornes. Se han entregado las distinciones del Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destino (SICTED) a 131 servicios turísticos del municipio, cinco más que el año pasado y más del doble de los 60 establecimientos que se distinguieron en el 2018, cuando se recuperó el trabajo en este sistema de calidad.

Turismo de Santiago continúa de este modo fomentando la calidad en el sector turístico de la ciudad, en un proyecto en el que cuenta con el apoyo de la Diputación de A Coruña.

La consejera de turismo, Míriam Louzao, hizo una mención especial al esfuerzo que se está haciendo en las redes sociales del SICTED, tanto de Compostela como destino como de cada una de las empresas distinguidas. Este esfuerzo concluyó en la obtención del **segundo premio a la Mejor visibilidad del destino en medios** de los Premios SICTED 2025.



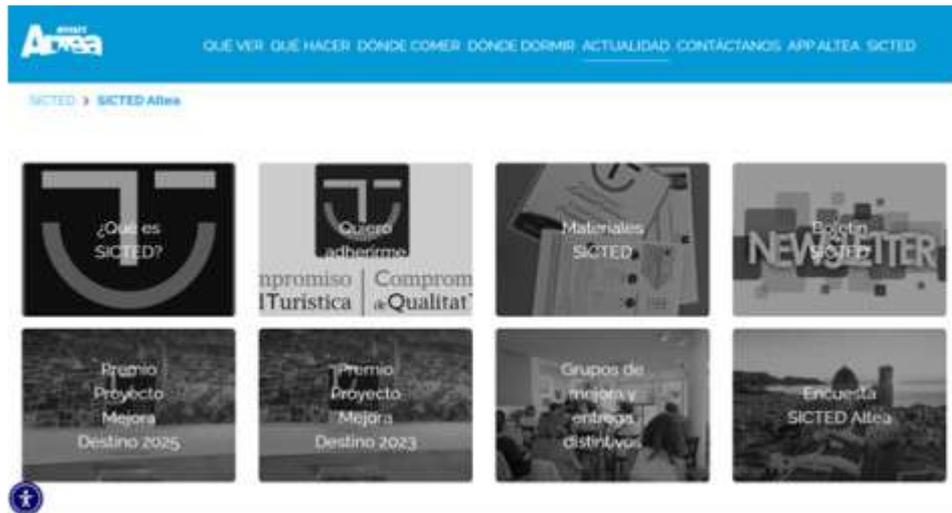
Vídeo del acto de entrega

**La Nueva Web de turismo de Altea cuenta con una sección específica sobre SICTED**

Turismo de Altea ha renovado su página web, integrando una nueva sección dedicada al SICTED. Esta actualización no solo ofrece información detallada sobre el destino, sino que también facilita a los turistas la planificación de su visita al proporcionar acceso directo a los servicios turísticos certificados por el sistema SICTED.

Esta iniciativa por un lado, permite a los servicios turísticos locales comprender mejor el proyecto y adherirse a él, y por otro, pone a disposición de los visitantes una lista de servicios turísticos distinguidos, ayudándoles a organizar su viaje con más facilidad y calidad. De este modo, se busca mejorar la experiencia tanto de los turistas como de los establecimientos que forman parte del destino, elevando los estándares de calidad en el municipio.

Este esfuerzo forma parte del compromiso de Altea por ofrecer un turismo responsable, accesible y de alta calidad. La nueva web está disponible para que los interesados puedan explorar todo lo que Altea tiene para ofrecer.



[Consulta aquí la web](#)

## Comunidad SICTED

### **Entrevista a Flavia Ramil Millarengo, gerente de Turismo de Santiago – Segundo premio Mejor visibilidad del destino SICTED en medios**

Santiago de Compostela, capital de Galicia, es un destino único que combina historia, cultura y espiritualidad en un entorno incomparable. Reconocida por su impresionante catedral, destino final del Camino de Santiago, la ciudad ofrece un ambiente medieval que cautiva a cada visitante. Sus calles empedradas, plazas pintorescas y edificios históricos invitan a perderse en su encanto. Con una historia tan larga, junto con una universidad que tiene más de 500 años, Santiago de Compostela es ahora una pequeña gran ciudad dinámica y viva. Además, la gastronomía local, con productos frescos y exquisitos, y su entorno natural, entre verdes paisajes y la costa atlántica, hacen de Santiago un lugar perfecto para vivir una experiencia inolvidable.



El destino SICTED Santiago de Compostela se adhirió en 2002 y cuenta con un total de 169 servicios turísticos, 131 de ellos distinguidos. Este destino pionero en SICTED formó parte de los 9 destinos piloto que en ese mismo año comenzaron a trabajar en el proyecto, consiguiendo en 2004 los primeros servicios turísticos distinguidos.

Tras haber ganado el primer premio a Mejor destino SICTED en los Premios SICTED 2023, dos años más tarde se vuelven a presentar a la categoría especial, obteniendo el **segundo premio** a la **Mejor visibilidad del destino SICTED en medios**.

Damos la enhorabuena y entrevistamos a **Flavia Ramil** Millarengo, gerente de Turismo de Santiago, entidad gestora del destino Santiago de Compostela. A lo largo de la entrevista hablaremos sobre las acciones de visibilidad que el destino está llevando a cabo del **Plan de marketing y comunicación** en el que vienen trabajando desde mediados de 2022 y gracias al cual han conseguido el premio.



**¡Enhorabuena por el premio! ¿Os lo esperabais? ¿Qué significa para ti y para el destino recibir este premio? ¿Cómo definirías la estrategia de visibilidad en medios que ha llevado a tu destino a ganar este premio?**

Así, por ejemplo, para los restaurantes SICTED que participan en el Concurso de tapas organizado por Turismo de Santiago se hace una ruta especial SICTED, que cuenta con un premio especial. Esto nos permite

Para nosotras es un orgullo recibir este premio. Es un reconocimiento al trabajo realizado y nos da fuerzas para continuar con la labor de promoción del territorio.

Nuestra estrategia de visibilidad en medios está plasmada en un plan de marketing y comunicación en el que venimos trabajando desde mediados de 2022 gracias al apoyo económico de la Diputación de A Coruña e incluye tanto medios on-line (redes sociales y webs) como, en menor medida, off-line.

Destaca por:

1. Especificidad y calidad de los contenidos, tanto escritos como visuales: originales, cercanos, significativos y variados. De hecho, tenemos perfiles en redes sociales específicos para poner en valor el trabajo que hacemos con SICTED en nuestro destino, perfiles para los que creamos contenido distinto, ad hoc, que los que se publican en las redes de promoción turística masiva.
2. Prioridad al contenido audiovisual en consonancia con la tendencia actual en redes sociales y YouTube, que es de hecho el 2º motor de búsqueda para el turismo.
3. Identidad visual: estilo gráfico propio, carátulas... Definición de personalidad comunicativa reconocible.



*CalidadEnSantiago: identidad visual específica.*

4. La excelente implicación de las empresas SICTED del destino Santiago de Compostela en la creación de contenidos. Para ver el trabajo realizado pincha [aquí](#)

**Sabemos que es complicado visibilizar el SICTED. Cuéntanos, ¿cómo habéis conseguido llevarlo a cabo? ¿Os ha supuesto un gasto muy grande? ¿Qué consejos darías a destinos con poco presupuesto?**

La gestión del SICTED, al tener que recurrir a asistencia técnica externa, supone una inversión considerable. A mayores se suma, tal como se ha dicho, el gasto derivado de la atención de las distintas redes sociales, creación de contenidos y material

ponerlos en valor, y animar a otras empresas a participar.



Este es solo un ejemplo del tipo de destaque o tratamiento que hacemos con las empresas SICTED, lo que les repercute sin duda en una mayor visibilidad en medios.

Es decir, se destaca o pone en valor a la empresa SICTED siempre que existe una posibilidad, incluso, como en el caso antes mencionado, mediante acciones de marketing concebidas específicamente para los adheridos SICTED.

**De todas las actuaciones llevadas a cabo, ¿cuál ha sido la que más impacto ha tenido?**

Además del antes citado premio especial ruta SICTED del concurso de tapas, se destaca a las empresas SICTED sobre las demás con ocasión de su participación en acciones promovidas por Turismo de Santiago o por el Concello de Santiago, tales como Compostela Diversa, Festa das Uñas, Semana Santa, etc.



**¿Qué beneficios ha tenido la visualización del SICTED en medios? ¿Ha habido un aumento en la demanda turística o en el interés de las empresas en adherirse al SICTED tras la difusión?**

Sin lugar a duda la estrategia definida en los dos puntos anteriores contribuye a que más

audiovisual, para lo que se contrata una empresa externa que se dirige desde el departamento de marketing de Turismo de Santiago en colaboración con el departamento de calidad. Pero el esfuerzo merece la pena, porque el SICTED nos permite un contacto permanente y directo con el sector que no sería posible de otra manera.

A los nuevos destinos les recomendaríamos constancia. La experiencia es un grado, y en el caso de Santiago, debido a los años que llevamos trabajando en ello, contamos con un grado de solvencia notable, y con un equipo muy rodado, en el agente externo, Marc Pavia, que es un pilar fundamental, que lleva con nosotros desde el principio, y que cuenta con un gran reconocimiento por parte de las empresas implicadas.

Es decir, ir poco a poco, con constancia, tratando de mantener equipos estables y solventes ha sido fundamental en el caso de Santiago.

**Dejando a un lado las redes sociales que es lo más común y usado hoy día, ¿cuáles han sido las actuaciones de promoción del SICTED en los medios? ¿Cuáles han sido los canales de comunicación más efectivos?**

Las principales acciones de promoción en los medios tienen que ver con el hecho de que las empresas adheridas a SICTED son objeto de publicidad prioritaria para Turismo de Santiago, de presentarse la oportunidad.

empresas se interesen por adherirse al SICTED.



**¿Cómo planeas mantener o aumentar la visibilidad del destino en los próximos años?**

Nos gustaría seguir profundizando y consolidando esta línea de trabajo que hemos emprendido hace ahora tres años. Pero ello depende no solo de las decisiones y directrices que se establezcan en la Mesa de Calidad anual, sino también de la existencia de financiación.

**¿A qué desafíos os habéis enfrentado? ¿Qué hitos consideras que han sido clave en este proyecto?**

Es la segunda vez en tan poco tiempo que recibimos un premio SICTED. La primera fue en 2023, cuando llevábamos apenas 6 meses con esta estrategia de marketing y comunicación, año en el que también conseguimos el premio como Mejor Destino SICTED. El presentarnos a estos premios y conseguir ese reconocimiento no solo nos anima si no que nos legitima para seguir trabajando en este sentido.

## PRESENCIA EN FERIAS, ACTOS Y EVENTOS PROMOCIONALES



## DATOS PRÁCTICOS



Destino SICTED: Santiago de Compostela

Año de adhesión: 2002

Contacto: + 34 981 555129

[info@santiagoturismo.com](mailto:info@santiagoturismo.com)



## Aprende

### **Arranca la XXVI edición de Anfitriones**

La **XXVI edición de Anfitriones** ha iniciado este lunes **7 de abril** inaugurando el nuevo campus virtual. Ya están disponibles para inscripción 70 acciones formativas y 8 de ellas ya pueden cursarse.

# XXVI Programa Anfriciones

## Formación y Talento Turístico

Formaciones disponibles desde 7 abril de 2025

-  **Introducción a la ciberseguridad para el turismo y ocio**  
PILDORA 2 HORAS
-  **Herramientas de productividad y colaboración: Google Drive y Google Fotos**  
PILDORA 2 HORAS
-  **Sostenibilidad en turismo**  
PILDORA 2 HORAS
-  **Estrategias de ahorro de costes en el sector turístico**  
PILDORA 1 HORA
-  **Nuevos perfiles: Travel Consultant y Guest Experience**  
PILDORA 2 HORAS
-  **Microlearning "Pet Friendly: Tendencia turística y de mercado"**  
MICROLEARNING 15 MINUTOS
-  **Microlearning "Introducción a Market Finder"**  
MICROLEARNING 15 MINUTOS
-  **Microlearning "Introducción a Google Maps"**  
MICROLEARNING 15 MINUTOS

**ANFRIONES**  Financiado por la Unión Europea   Plan de Innovación, Transformación y Resiliencia

La oferta formativa incluye algunas novedades y se irán incorporando gradualmente otros títulos a lo largo de esta edición. Puedes consultar el calendario actualizado [aquí](#).

Desde Anfriciones seguimos comprometidos con el impulso del talento en turismo, apostando por una formación práctica, útil y alineada con los retos del presente y del futuro del sector y en la que ya puedes inscribirte.

¡Nos vemos en el **Campus Anfriciones!**



[Aviso Legal](#) | [Suscríbete al boletín](#)