

Los sistemas de información de Turespaña

TURESPAÑA es el organismo nacional de Turismo responsable del marketing de España en el mundo y de crear valor para su sector turístico impulsando la sostenibilidad económica, social y medioambiental de los destinos nacionales. Su misión es constituir la vanguardia de la estrategia del Turismo Español, coordinando y liderando a los actores públicos y privados. Marca turística España, Marketing y Conocimiento son los tres pilares sobre los que Turespaña basa su estrategia y actuación.



PABLO BURGOS CASADO
Coordinador del Área de
Informática de la S.G.
Económico Administrativa y
Tecnologías de la Información
de Turespaña

Turespaña cuenta con una red de 33 Consejerías de Turismo en el exterior que actúan tanto como células de conocimiento y marketing como de plataformas de negocio para el sector. Dan cobertura a 79 mercados agrupados en 8 áreas geográficas permitiendo posicionar de la imagen de España en el exterior; la relación con prescriptores de opinión, medios de comunicación y operadores turísticos, así como apoyar la comercialización de los destinos y las empresas turísticas españolas. FIGURA 1.

Las Consejerías se financian con créditos aprobados anualmente en los Presupuestos Generales del Estado. Cada una de las Consejerías elabora un presupuesto anual para hacer frente a sus gastos que es sometido a la aprobación de Turespaña, previa conformidad por parte del Director de la Consejería.

Turespaña cuenta con un sistema de comunicaciones integrado que enlaza los Servicios Centrales con las 33 Oficinas de Turismo, con salida local a Internet en cada una de las Oficinas Internacionales y una salida a Inter-

net centralizada en Madrid. Cada oficina dispone de acceso directo a la red MPLS del proveedor de servicios y a Internet con tecnologías xDSL (ADSL, SDSL, HDSL). FIGURA 2

Sistema de marketing institucional de Turespaña

Entre los sistemas de Turespaña destaca la existencia de un CRM (Microsoft Dynamics) para el registro de contactos y seguimiento de las acciones de marketing en Consejerías. Incluye los contactos (profesionales y clientes finales) y las entidades (empresas) con los que se relacionan las diferentes oficinas de Turespaña. En la base de datos existen un millón y medio de contactos; y doscientas mil entidades. Permite realizar envíos masivos de correos desde las oficinas (en 2015 se enviaron 10.996.771 correos y en lo que va de año se han enviado ya 3.791.137 correos). Desde Servicios centrales se controla la base de datos con más de 19.000 hoteles, 6.700 apartamentos, 1.200 campings de España, cuyos datos son mostrados en el portal de Spain.info.



FIGURA 1. Productos prioritarios por áreas geográficas 2014-2015

Las oficinas registran los artículos de prensa escritos por agencias y periodistas en las actividades realizadas. A su vez, analizan el ROI de las actividades relacionadas con los artículos y el cálculo del valor publicitario equivalente. Durante el último ejercicio se han manejado del orden de 6.000 artículos de prensa entre los diferentes mercados. Ello permite el seguimiento de las distintas campañas de marketing, segmentando los clientes en base a distintos productos y por área geográfica, para dirigir las acciones oportunas a los potenciales turistas.

También permite el envío masivo por correo de boletines y newsletter. En algunas oficinas el envío mensual se realiza a más de 50.000 contactos. FIGURA 3.

Sistema para la gestión económica de las actividades de promoción turística

La aplicación GECO da soporte a la gestión de las actividades de promoción turística que se realizan en las Consejerías de Turismo. Permite realizar a cada Consejería la propuesta, aprobación, gestión y seguimiento de la ejecución de las actividades y el seguimiento y la gestión del ciclo de aprobación por los SSCC de Turespaña, permitiendo consultar las distintas actividades propuestas tanto por oficinas, como por CCAA y el estado de las mismas, así como su presupuesto. También incluye el seguimiento y control de libramientos de consignaciones del presupuesto de promoción.

Sistema DATATUR de Turespaña

Turespaña se encarga del análisis de los mercados emisores y de los factores que inciden en la economía turística, la elaboración de proyecciones y prospectivas sobre flujos, pernотaciones e ingresos por turismo.

DATATUR es un Sistema de información de estadísticas turísticas que se compone de diferentes repositorios de información en función de su origen. Por citar algunas fuentes: AENA (vuelos); AECFA (previsiones de vuelo), RENFE (trenes), Puertos del Estado (barcos), Dirección General de Tráfico (carretera), INE, Policía Nacional, Ministerio de Trabajo e Inmigración (datos de afiliación a la S.S.), OAG (vuelos). Esta información está a disposición, a través del portal WEB de TURESPAÑA, de todos los ciudadanos (en su zona pública) y de sus suscriptores (en su zona restringida). FIGURA 4.

DATATUR incluye la encuesta de movimientos turísticos en fronteras (Frontur) con datos relativos a la entrada en España de visitantes no residentes en España, la encuesta de gasto turístico (Egatur) con datos relativos al gasto que realizan en España los visitantes no residentes en España, (Familitur) que recoge datos relativos a los viajes que realizan los residentes en España. Los datos de estas tres estadísticas han sido transferidos al INE, del que se recaba la información para seguir ofreciéndola a los usuarios.

Esquema de Comunicaciones tipo en una Oficina de Turismo

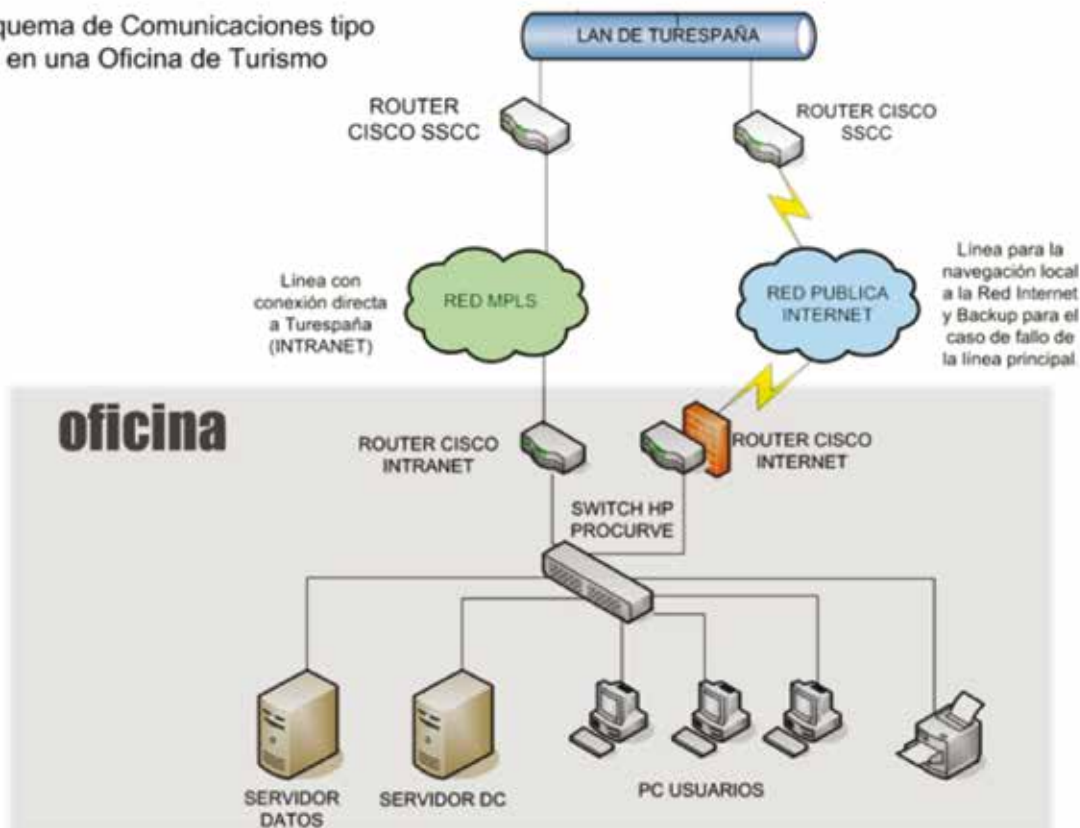


FIGURA 2. Esquema de Comunicaciones Tipo



FIGURA 3. Ejemplo de newsletter

También dentro de DATATUR pueden consultarse:

- Balantur: Balance del año turístico, con la demanda y la oferta turística, la posición competitiva en el contexto internacional y los ingresos por turismo.
- Coyuntur: Boletín trimestral de coyuntura turística con el análisis de los principales indicadores de la actividad turística.
- Balanza de Pagos: (Banco de España) información sobre ingresos y pagos de turismo y viajes.
- Compañías de Bajo Coste (Datos de vuelos aportados por AENA).
- Empleo Turístico: a partir de datos obtenidos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social (datos mensuales de afiliación a la Seguridad Social) y del INE (datos trimestrales de la EPA).
- Encuestas de Ocupación: (INE) datos nacionales, desglosados según CCAA y provincias, para Hoteles, Apartamentos Turísticos, "Campings" y Turismo Rural.
- Índices e indicadores INE: evolución de los precios de los productos y servicios relacionados con el turismo y la hostelería (IPC), de la evolución de precios específicos de

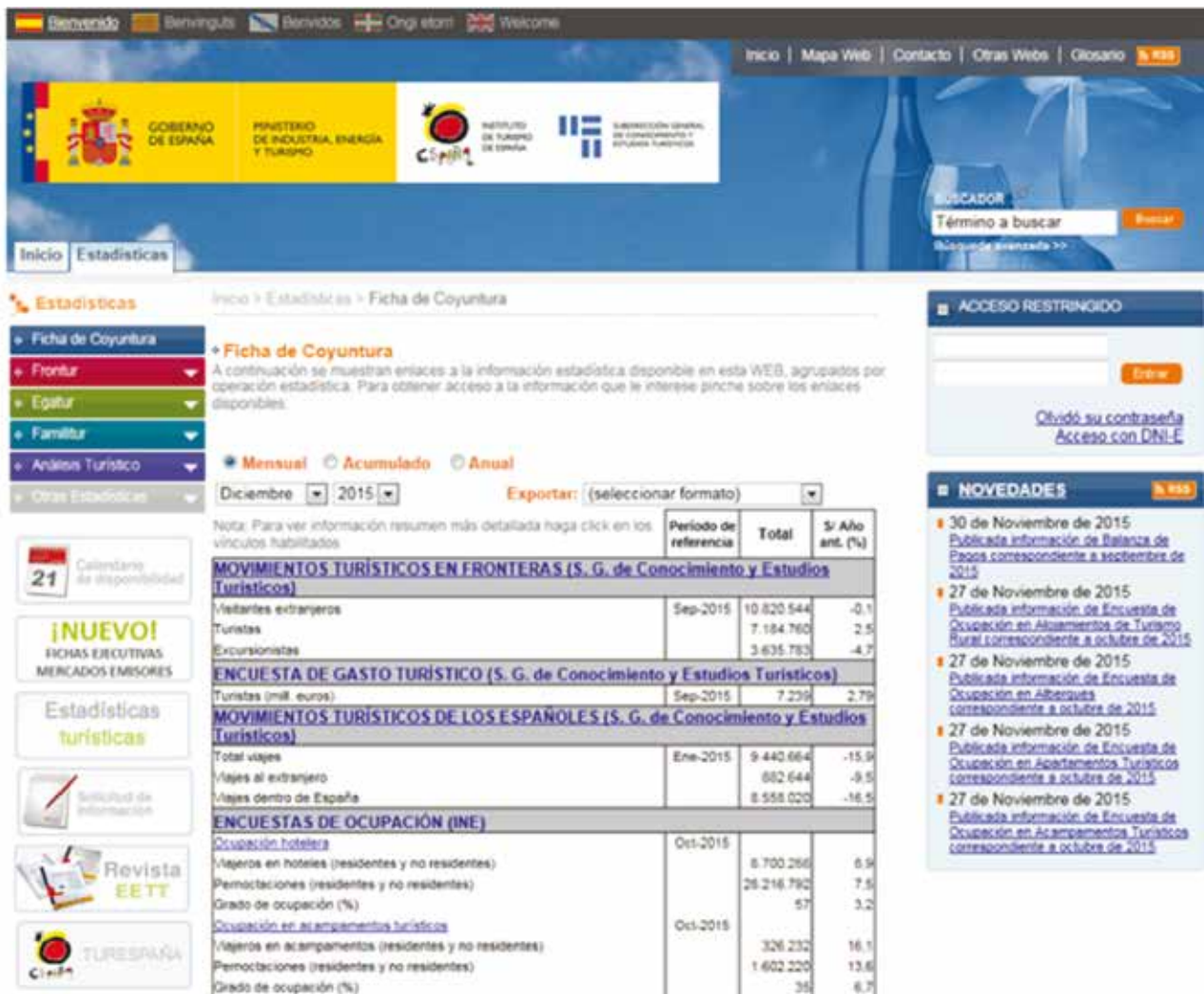


FIGURA 4. Pantalla de Datatur

los alojamientos hoteleros (IPH) y la de ingresos registrados en los alojamientos hoteleros (IIH).

Tecnología empleada

Para todo ello se utiliza tecnología de Microsoft (base de datos Sql Server) y el número de BBDD Relacionales que se alimentan en este proceso es de 12.

El número de BBDD de AS (Analysis Services) es de 12, que contiene a su vez 27 cubos. La información es cargada en las BBDD por medio de 35 IS (Integration services). FIGURA 5.

Se recibe información de 12 organismos, con unos 400 ficheros mensuales a cargar para la generación de la estadística. El sistema DATATUR se alimenta a través de 35 procesos ETL y supera el Tb de información almacenada en BBDD. Todo ello da lugar a la explotación de 27 cubos dentro del sistema de BI. FIGURA 6.

El papel en el exterior de Turespaña es esencial para la ejecución de la estrategia de la promoción turística internacional. El Plan Nacional e Integral de Turismo aprobado en Consejo de Ministros es la hoja de ruta de la Administración Turística del Estado Español para crear las bases de un sector turístico competitivo en el nuevo escenario internacional. Las TIC desempeñan un papel esencial en alcanzar este objetivo. *

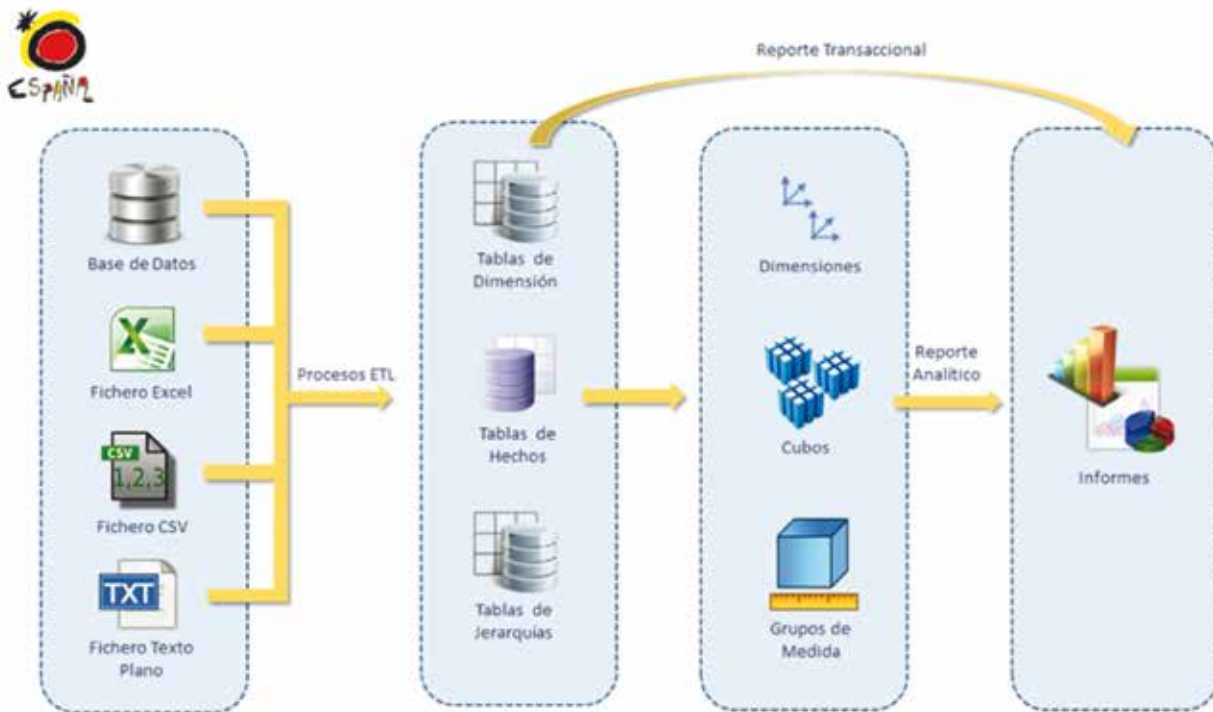


FIGURA 5.
Esquema de procesos de Datur

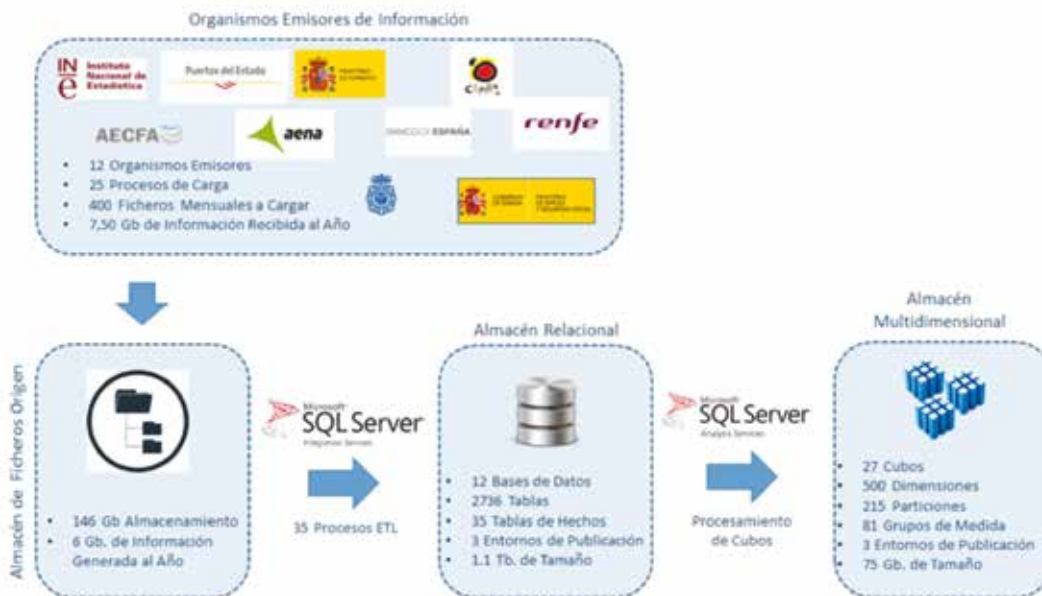


FIGURA 6.
Esquema de generación de estadísticas de Datur