



Julio Perales Díaz, coordinador del Área de Informática de Turespaña. Miembro del Grupo de Trabajo Internacional Autelsi

El impulso de las TIC en el turismo: El caso de Turespaña

La importancia del turismo dentro de la economía española es indudable: el sector turístico español supone más del 11% del PIB nacional, y emplea a más de 2,6 millones de personas (un 13,7% del total), cifras que convierten al turismo en el principal sector empleador de España.

Los visitantes internacionales forman una parte muy importante del volumen turístico español: 82 millones de turistas extranjeros visitaron España en 2017, desembolsando más de 86.000 millones de euros, y situando a nuestro país en la segunda posición mundial en número de llegadas de turistas.

Turespaña es el organismo público responsable de la promoción de la marca España como destino de viajes en el mundo, en colaboración con el sector público y privado. Con este objetivo, realiza un importante trabajo de análisis y explotación de datos relevantes desde la perspectiva turística, tanto para obtener una base sobre la que diseñar estrategias de marketing como para la difusión de conocimiento turístico.

Para ello, Turespaña cuenta con una plataforma de análisis y explotación de datos que aglutina un enorme conjunto de repositorios de información relacionada con el turismo: pasajes (AENA, RENFE, Puertos del Estado...), estancias hoteleras, estadísticas como la EPA desglosada por ocupaciones relacionadas con el turismo, afiliación a la Seguridad Social en el sector turismo, etc.

Por otro lado, se utilizan técnicas de análisis de sentimiento para recoger en redes sociales información sobre experiencias turísticas y reacciones a las campañas promocionales, utilizando para ello tecnologías de procesamiento de lenguaje natural. De esta manera se complementan los datos objetivos de resultados turísticos con un valioso conjunto de indicadores sobre la valoración subjetiva de los turistas.

La explotación analítica de todo este big data, cuyo volumen actual sobrepasa el Terabyte, se traduce en la adecuada segmentación de la promoción turística tanto desde el punto de vista experiencial (turismo cultural, urbano, rural, enogastronómico, cruceros, etc.) como en lo referente al perfil socioeconómico de los potenciales turistas.

A partir de este trabajo de análisis Turespaña despliega sus planes de promoción turística a través de las 33 Consejerías de Turismo con las que cuenta, situadas en los principales mercados emisores. La definición y ejecución de los planes se coordinan mediante sistemas informáticos que implementan la operativa de los servicios centrales de Turespaña, de sus Consejerías y de las Comunidades Autónomas, permitiendo el trabajo conjunto en un contexto de gran dispersión geográfica, nacional e internacional.

En resumen, Turespaña cuenta con un importante conjunto de sistemas TIC, algunos de los cuales, situados en plena vanguardia tecnológica, absolutamente fundamentales para llevar a cabo su labor de promoción internacional de un sector clave para la economía española como es el turístico. •