



**CURSO DE ADAPTACIÓN AL GRADO EN
ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE
EMPRESAS**

CURSO ACADÉMICO 2016 - 2017

TRABAJO FIN DE GRADO

**ANÁLISIS ECONÓMICO E INNOVACIÓN DEL
SECTOR TURISMO**

**ECONOMIC ANALYSIS AND INNOVATION OF THE
TOURISM SECTOR**

AUTOR

Iván Tirilonte Ortiz

DIRECTOR

Sara Trigueros Preciado

Septiembre de 2017

Página 1 de 31

ÍNDICE	Páginas
RESUMEN	
1. INTRODUCCIÓN	6
2. INTRODUCCIÓN AL TURISMO	7
2.1. DEFINICIÓN	7
2.2. HISTORIA	7
2.3. PRINCIPALES DESTINOS	7
3. EL TURISMO EN ESPAÑA: RELEVANCIA INTERNACIONAL	8
3.1. CIFRAS RELEVANTES	8
3.2. PAÍSES EMISORES	9
4. EL TURISMO EN ESPAÑA: CONTRIBUCIÓN A LA ECONOMÍA ESPAÑOLA	11
4.1. CIFRAS RELEVANTES	11
4.2. PIB ASOCIADO AL TURISMO	12
4.2.1. Cifras Relevantes	12
4.2.2. Crecimiento del PIB Turístico Nacional	12
4.3. INGRESOS TURÍSTICOS	13
4.4. REPERCUSIÓN DEL TURISMO EN EL EMPLEO	14
5. EL TURISMO EN CANTABRIA	15
5.1. CIFRAS RELEVANTES	15
5.2. PIB ASOCIADO AL TURISMO EN CANTABRIA	18
5.3. INGRESOS TURÍSTICOS EN CANTABRIA	19
5.4. REPERCUSIÓN DEL TURISMO EN EL EMPLEO DE CANTABRIA	20
6. EL TURISMO Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS	21
6.1. INTRODUCCIÓN	21
6.2. HISTORIA	21
6.3. ETAPAS DEL TURISMO	22

7. LAS TIC'S Y EL TURISMO EN ESPAÑA	22
7.1. CIFRAS RELEVANTES	23
7.2. EMPRESAS LÍDERES EN ADAPTACIÓN	24
7.3 APPS TURÍSTICAS 2017	25
8. PROYECTO SIT (SISTEMA DE INTELIGENCIA TURÍSTICA)	26
8.1. ¿QUÉ ES EL SIT?	26
8.2. ¿CÓMO FUNCIONA EL SIT?	27
8.3. BENEFICIOS	27
8.4. DESTINOS INTELIGENTES	27
9. CONCLUSIONES	28
10. BIBLIOGRAFÍA	30

RESUMEN EN CASTELLANO

El trabajo final del curso de adaptación al grado que he realizado consiste en el análisis económico y las innovaciones tecnológicas de uno de los sectores más relevantes en la economía española, el turismo, basando el estudio principalmente en España y en Cantabria.

El análisis económico se centra en los años 2014, 2015 y 2016, sin eximir de la posibilidad de realizar alguna comparación con años anteriores o con 2017, si gracias a ello sacamos conclusiones más esclarecedoras que nos ayuden a un mejor desarrollo e interpretación del tema. He realizado un guión similar para entender la importancia que tiene el turismo tanto a nivel nacional como regional, empezando por las cifras más relevantes y siguiendo con la aportación del turismo respecto al Producto Interior Bruto, los ingresos y su repercusión en el empleo, apoyándome en datos, tablas y gráficos debidamente contrastados.

La segunda parte del trabajo versa sobre las nuevas tecnologías y la comunicación aplicadas al turismo, algo cada vez más habitual y relevante, que han contribuido de manera decisiva al crecimiento del sector y al aumento de la oferta y la demanda. Durante el análisis hay un pequeño resumen con los datos más representativos, cuáles han sido las empresas que mejor se han posicionado y algo tan cotidiano como las Apps móviles aplicadas al turismo.

He continuado con algo que he considerado muy interesante, el proyecto SIT (Sistema de Inteligencia Turística) creado por Segittur, analizando principalmente en qué consiste y cuáles son sus mayores beneficios, con el fin de conseguir una mayor eficiencia en el sector, anticipándose a las necesidades de los usuarios. Conocer al cliente es la clave del éxito, y siendo pioneros en ello, el éxito está prácticamente garantizado.

Como conclusión del trabajo, se recopilan las principales ideas que he ido extrayendo a lo largo del mismo, tanto de los datos económicos del turismo a nivel nacional y en Cantabria, como de la aportación de las nuevas tecnologías al sector y de su necesidad para poder seguir siendo una gran potencia a nivel mundial.

RESUMEN EN INGLES

The final project of my adaptation course to the degree is about the economic analysis and technological innovations from one of the most relevant sectors in the Spanish economy, tourism, basing the study mainly in Spain and Cantabria.

The economic analysis focuses on the years 2014, 2015 and 2016, without exempting the possibility to make a comparison with previous years or 2017 if we draw more insightful conclusions that help us to develop and interpret the topic better. I have done a similar script to understand the importance of tourism at both national and regional levels, starting with the most relevant figures and following with the contribution of tourism to the Gross Domestic Product, the incomes and its impact on employment, supported with data's, tables and graphs duly contrasted.

The second part of the project is focus on new technologies and the communication applied to tourism which are becoming more habitual and relevant and which have contributed decisively to the growth of the sector and the increase of the offer and demand.

In the analysis I have made a small summary with the most representative data's, the best positioned enterprises and the day-to-day Mobile Apps used in tourism. Then I have mentioned something that's seems very interesting to me, the SIT project (Tourism Intelligence System), created by Segittur. I have analyzed its content and the great benefits that it gives in order to achieve greater efficiency in the sector anticipating to customer's needs. The key of success is reached knowing the customers and being pioneers on this guarantees the success.

Concluding my project, I highlight the most important ideas I have reached around the study, including the economic data of national and regional tourism, as well as the contribution of new technologies in the sector and their needs of continue being a great power in the world.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es uno de los sectores más importantes para la economía de los países, y más en concreto para España y Cantabria, que son el país y la comunidad en los cuales se basará el análisis.

España es un país turístico, cada año millones de turistas vienen atraídos por el patrimonio artístico que posee, por sus playas, por la variedad y calidad gastronómica y por ser una de las naciones más bellas y ricas en cuanto a lo que patrimonio cultural se refiere, ofertando una amplia variedad de destinos turísticos, para todo tipo de gustos.

Si hablamos de belleza, aquí aparece Cantabria, un paraíso donde el mar y la montaña se fusionan para dar lugar a unos paisajes idílicos, rodeados de naturaleza y un verde característico, con nueve cuevas declaradas Patrimonio Mundial por la Unesco, lideradas por las cuevas de Altamira, que están consideradas el núcleo del Arte Paleolítico. A destacar también el Parque de la Naturaleza de Cabárceno, que con una extensión de 750 hectáreas alberga a animales de los cinco continentes en condiciones de semilibertad, o el Parque Nacional de los Picos de Europa, con unas vistas espectaculares y un teleférico para disfrutarlo aun mas. Todo esto, unido al encanto de sus pueblos o la amplia oferta gastronómica lo hacen altamente recomendable, y con el Año Jubilar Lebaniego en este 2017 se está incrementando aun más la afluencia de turistas.

Pasando a la parte de la innovación, se sabe que la tecnología cada vez se emplea mas en todos los sectores, y el turismo no se queda atrás, a pesar de que no existen muchos trabajos que analicen la incorporación de la tecnología y la innovación en los destinos turísticos. Ante esta falta de trabajos o proyectos, mi objetivo es analizar cómo ha ido evolucionando la situación del turismo en España, cual es su aporte a la economía y en que está ayudando o puede ayudar la tecnología y la innovación para seguir siendo una de las potencias mundiales del turismo, haciendo un especial análisis del proyecto SIT (Sistema de Inteligencia Turística) creado por Segittur, y que considero puede dar un salto de calidad y eficiencia en el turismo español si las pruebas que se están realizando en algunas ciudades tienen éxito.

2. INTRODUCCIÓN AL TURISMO

2.1. DEFINICIÓN

El turismo, definido por la Organización Mundial del Turismo (OMT), comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros. Si no se pernocta, se consideran excursionistas, y tanto turistas como excursionistas forman el grueso de los visitantes.

Existen dos tipos de turismo, el doméstico (turistas que se desplazan dentro de su propio país) y el internacional, que es a día de hoy una fuente muy importante de ingresos para muchos países.

2.2. HISTORIA

Para conocer un poco más sobre el turismo, repasaremos muy brevemente sobre su historia, puesto que es demasiado extensa. Sus orígenes pueden rastrearse en la Antigua Grecia, cuando cada cuatro años miles de personas se desplazaban para asistir a las Olimpiadas. Entendido como actividad comercial, el turismo nace de la mano de Thomas Cook, un inglés que organizó el primer viaje turístico de la historia en 1841, que pese a ser un fracaso económico, se considera un rotundo éxito en cuanto a precedente de paquete turístico, tales fueron las enormes posibilidades económicas de las que se percató, que fundó una década después la primera agencia de viajes: Thomas Cook and Son (Definicion.de/turismo/, 2017).

2.3. PRINCIPALES DESTINOS

Tabla 2.3. 1

		Turistas internacionales (Millones de euros)		
Posición	País	2014	2015	2016
1	Francia	83,6	84,5	83
2	Estados Unidos	75	77,9	80
3	España	64,9	68,2	75,3
4	China	55,6	56,9	57
5	Italia	48,6	50,7	55,2
6	Turquía	39,8	39,3	37
7	Alemania	33	35	36,5
8	México	29,3	32,1	35,2
9	Reino Unido	32,6	33,9	35
10	Rusia	29,8	31,3	33,4

Fuente: Elaboración propia a partir de información obtenida (OMT, 2017).

Los principales destinos elegidos por turistas internacionales ocupan el mismo ranking durante los últimos tres años, que son en los que he basado el estudio, siendo Francia, Estados Unidos y España quienes se sitúan en cabeza. Mientras que Francia se ha movido en cifras algo inferiores en 2016 que en 2014, Estados Unidos y España han ido incrementando exponencialmente su número turistas, aumentando principalmente España dicho número, en más de 10 millones de turistas en apenas dos años.

3. EL TURISMO EN ESPAÑA: RELEVANCIA INTERNACIONAL

La importancia del sector turístico en España no radica sólo en ser uno de los principales sectores de la economía del país, es decir, uno de los pilares más relevantes del crecimiento económico nacional, sino en el hecho de que España es una de las primeras potencias receptoras de turistas a nivel mundial. Se trata del tercer país que mayor número de visitas recibe, tras Francia y Estados Unidos, y el tercero también en volumen de ingresos, sólo superado por Estados Unidos y China, quien nos desbancó del segundo lugar en 2015. Ahora pasamos a analizar las cifras más relevantes de los últimos tres años y la procedencia y evolución de estos turistas.

3.1. CIFRAS RELEVANTES

Tabla 3.1/ 1	Año	Total	S/Año anterior (%)
Visitantes extranjeros	2014	107.144.476	3,8
Turistas		64.938.945	7,0
Excursionistas		42.205.531	-0,8

Fuente: S.G de Conocimientos y Estudios Turísticos, 2016.

Tabla 3.1/ 2	Año	Total	S/Año anterior (%)
Visitantes extranjeros	2015	109.885.139	2,49
Turistas		68.215.225	5,05
Excursionistas		41.771.178	-1,04

Fuente: S.G de Conocimientos y Estudios Turísticos, 2016.

Tabla 3.1/ 3	Año	Total	S/Año anterior (%)
Visitantes extranjeros	2016	115.561.077	5,68
Turistas		75.315.008	10,46
Excursionistas		40.246.069	-2,24

Fuente: INE, 2017.

Como centramos el estudio en el sector del turismo, considero más relevante destacar la magnitud que se refiere a los turistas, tanto como los residentes en España como los que provienen del extranjero.

Analizaremos los tres años completos previos a este 2017, viendo en general un importante crecimiento de los turistas llegados a España. En el año 2014 se registró una cifra de casi 65 millones de turistas no residentes, un 7% más que el año anterior. En 2015 la cifra se incrementó en un 5,05%, lo que supuso casi 3.3 millones más de turistas, hasta situarse por encima de 68 millones el total. Durante el año pasado el incremento fue aun más significativo, situándose en 75 millones de turistas, lo que supone un casi 10,5% más que el año 2015.

Estos datos reflejan una situación más que favorable para el sector turismo durante el periodo analizado, ya que cada año aumenta el número de turistas de manera considerable. Porcentualmente hablando, descendió levemente el año 2015 respecto al 2014, (7 frente a 5,05), pero es que en 2016, fue más del doble el aumento porcentual respecto a 2015 (10,46 frente a 5,05).

3.2. PAÍSES EMISORES

Tabla 3.2/ 1

	Turistas 2014	Variación % 2014	Turistas 2015	Variación % 2015	Turistas 2016	Variación % 2016
Total	64.938.945	7	68.215.225	5,05	75.315.008	10,46
Alemania	10.420.411	5,7	10.293.964	-1,21	11.188.523	8.7
Bélgica	2.177.818	16,3	2.275.891	4,5	2.309.535	1.5
Francia	10.598.974	11,1	11.552.680	9	11.371.209	-1.5
Irlanda	1.291.395	1,7	1.377.965	6,7	1.820.699	32.1
Italia	3.680.944	14,1	3.916.118	6,39	3.993.289	2
Países Bajos	2.764.634	5,7	2.945.975	6,56	3.371.811	14.5
Portugal	1.876.367	11,7	1.893.993	0,94	1.994.266	5.3
Reino Unido	15.000.668	4,7	15.724.449	4,82	17.840.292	13.5
Suiza	1.631.797	9,7	1.779.241	9,04	1.728.569	-2.8
Rusia	1.420.467	-10,3	955.982	-32,7	1.007.709	5.4
Países Nórdicos	5.043.666	3,5	4.992.836	-1,01	5.169.195	3.5
Resto Europa	3.128.236	6,7	3.388.272	8,3	4.958.431	46
EE.UU.	1.216.922	1,9	1.504.248	23,6	2.001.214	7,2
Resto América	1.915.344	2,4	2.134.822	11,5	2.567.259	20.2
Resto mundo	2.771.302	18,6	3.467.990	25,1	4.241.198	22.3

Fuente: Tabla de elaboración propia a partir de información obtenida (INE, 2017).

Un aspecto a tener en cuenta dentro del análisis del sector turismo está en saber cómo se distribuye el número de turistas según el país de residencia. Para ello he elaborado una tabla en la cual se desgranar dos puntos principales, como son la variación interanual en modo porcentual y el número de turistas que recibimos al año de cada país. Para ayudarme a hacer esta tabla me he basado en los datos extraídos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Entrando en un análisis más minucioso de la tabla, podemos observar como en estos tres últimos años, el mayor número de turistas en España siempre proviene de los mismos países, que aglutinan casi el 55% de las visitas recibidas. El que se sitúa en cabeza y con bastante diferencia es el Reino Unido, quien en sólo tres años ha incrementado en casi 3 millones su presencia turística en nuestro país, siendo durante 2016 cuando mayor ha sido la variación interanual, con un 12.4% más. En segundo lugar, aunque por muy poco respecto a Alemania, se sitúa Francia, quien a pesar de rondar un 17% de media turista en España, ha sufrido una ligera caída del 1.5% en 2016 respecto a 2015. El tercer puesto es para Alemania, con una cuota de turistas que representa en torno al 15%, quien sufrió un ligero descenso en el año 2015 respecto a 2014, del 1,21%, pero ha recuperado con creces durante 2016, incrementando un 6,4% respecto al año anterior, y situándose a escasos 200.000 turistas de Francia, lo que hace indicar basándonos en el porcentaje interanual de 2016, que en 2017 puede que sea Alemania quien ocupe el segundo puesto del ranking en España en lo que a número de turistas se refiere. A bastante distancia, menos de la mitad de turistas que Alemania recibimos de los Países Nórdicos, seguidos por el cómputo general del resto de los países de Europa que no están nombrados en este análisis, pero que tras ver incrementado el porcentaje en 2016 en la friolera de un 46% respecto a los turistas de 2015, se sitúa a escasos 200.000 de superar a los ya mencionados Países Nórdicos, y como ocurre con Francia y Alemania, viendo la trayectoria de la suma del resto de países de Europa, es muy probable que suba un escalón más en el 2017. Sobre el resto de países emisores cabe destacar que Rusia ha frenado la sangría porcentual que tuvo en 2014 y 2015, donde tuvo un negativo turístico en nuestro país del 10,3% y el 32,7% respectivamente, teniendo un 5.4% en positivo durante este 2016, así como el gran incremento que se ha visto durante este 2016 de Irlanda, con un 32,1% y del resto de América, donde hemos pasado de recibir de 1.915.344 a 2.567.259 en apenas 3 años, lo que supone un porcentaje muy progresivo al alza.

Resumiendo, y viendo la trayectoria en este último año, todo hace indicar que cuando veamos los datos de 2017, Reino Unido seguirá a la cabeza bastante diferenciado del segundo y tercero, que probablemente cambien de orden y pasen a ser Alemania y Francia, y puede que ocurra lo mismo con el cuarto y quinto lugar, donde todo hace indicar que el resto de países de Europa ascenderán en el escalafón en detrimento de los Países Nórdicos.

4. EL TURISMO EN ESPAÑA: CONTRIBUCIÓN A LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

4.1. CIFRAS RELEVANTES

Tabla 4.1/ 1

	Año	Total	S/Año anterior (%)
Viajes dentro de España	2014	139.614.605	-3,4
Viajes al extranjero		11.782.715	4,8
Total viajes		151.397.320	-2,8

Fuente: S.G. de Conocimiento y Estudios Turísticos, 2016.

Tabla 4.1/ 2

	Año	Total	S/Año anterior (%)
Viajes dentro de España	2015	160.331.084	14,8
Viajes al extranjero		15.139.656	28,4
Total viajes		175.470.741	15,9

Fuente: S.G. de Conocimiento y Estudios Turísticos, 2016.

Tabla 4.1/ 3

	Año	Total	S/Año anterior (%)
Viajes dentro de España	2016	166.218.790	3,67
Viajes al extranjero		15.732.052	3,91
Total viajes		181.950.842	3,69

Fuente: INE, 2017.

Vamos a pasar a analizar la cantidad de viajes que realizan los españoles, distinguiendo entre los viajes realizados dentro del propio territorio español y los viajes llevados a cabo al extranjero.

El número de viajes dentro de España sufrió un pequeño descenso del 3.4% en el año 2014, aunque fue compensando con creces en 2015, donde con un incremento de más de 20.000 viajes, supuso un 14.8% sobre el año anterior. Durante 2016 ha seguido una tendencia alcista, incrementando en otro 3.67% dichos viajes.

Respecto a los viajes al extranjero, no han hecho más que aumentar, incluso en mayor medida que los viajes dentro de España, pasando de 11.7582.715 en 2014 a 15.732.052 en 2016, siendo el año 2015 donde un mayor aumento porcentual hubo, situándose en un 28.4% sobre el año anterior. Existe una notable tendencia alcista en el total de viajes, llevándose a cabo 30.000 más en 2016 de los que se hicieron en 2014.

4.2 PIB ASOCIADO AL TURISMO

4.2.1. Cifras Relevantes

Tabla 4.2.1 /1

Años	PIB asociado al Turismo (Millones de euros)	Peso del PIB (%)
2014	113.690	10,9
2015	119.011	11,1
2016	125.000	11,2

Fuente: Cuenta Satélite del Turismo de España. Base 2010 (INE, 2017).

El peso del Producto Interior Bruto (PIB) asociado al turismo, medido a través de la demanda final turística, alcanzó los 125.000 millones de euros en el año 2016. Esta cifra ha supuesto el 11,2% del PIB, una décima más que en 2015. Este peso ha ido aumentando desde el 2010, pasando del 10,2% al 11,2%.

Podemos concluir a la vista de la tabla que el crecimiento turístico durante 3 años consecutivos ha incrementado en casi 12.000 millones de euros, aumentando a su vez el peso porcentual que ejerce sobre el PIB de la economía española.

4.2.2. Crecimiento del PIB Turístico Nacional

Gráfico 4.2.2/ 1

Crecimiento anual del PIB turístico (ISTE) comparado con el PIB general de la economía española 2006-2016

Tasa de variación interanual

Fuente: Exceltur, INE y Gobierno de España (ene 17)



Fuente: Exceltur, INE y Gobierno de España (2017).

Con este gráfico se ilustra el crecimiento anual del PIB turístico comparado con el PIB general de la economía española entre los años 2006 y 2016, y a raíz de él podemos extraer las siguientes conclusiones:

Desde el año 2006 hubo una caída pronunciada del PIB turístico, llegando en el año 2009 a tocar fondo y ser un 2% inferior al PIB de la economía española, para subir con gran fuerza y situarse en los dos años posteriores un 1% y un 2,7% por encima del PIB español. Ambos cayeron en el 2012, para desde entonces comenzar una subida bastante paralela, aunque manteniéndose el PIB turístico por encima del PIB de la economía española en todo momento, registrando el primero de ellos su máximo en este pasado 2016, con un 4,9%, lo que supone un 1% más que año anterior y un 1,6% más que el crecimiento del PIB de España en el último año.

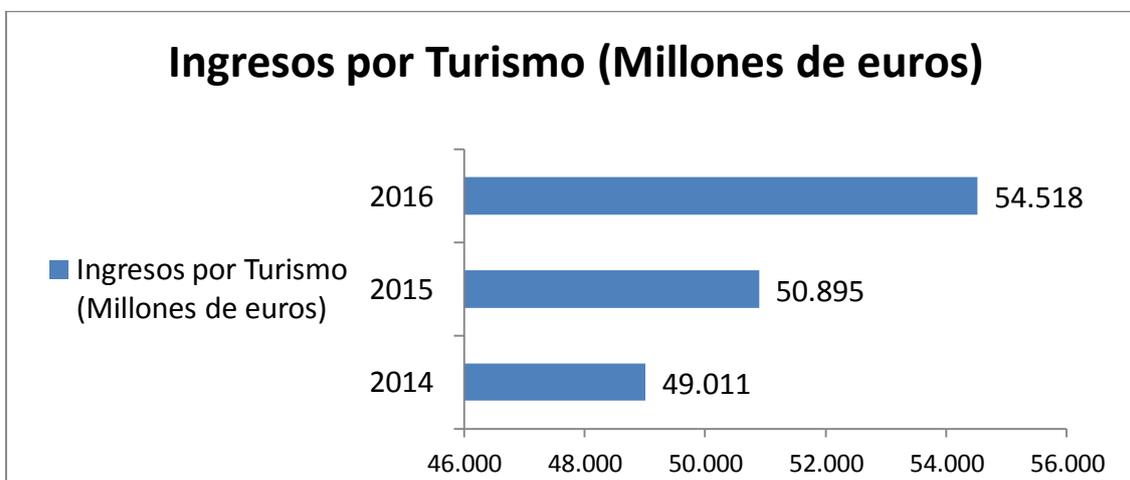
4.3. INGRESOS TURÍSTICOS

Tabla 4.3/ 1

Años	Ingresos por Turismo (Millones de euros)	S/Año anterior (%)
2014	49.011	3,9
2015	50.895	3,8
2016	54.518	7,1

Fuente: Balanza de Pagos, Banco de España. Tourspain, 2017

Gráfico 4.3/ 1



Fuente: Elaboración propia de Datos de la Balanza de Pagos. Tourspain, 2017

La evolución de los ingresos derivados del turismo que registra el Banco de España en la Balanza de Pago es positiva, ya que como podemos observar con los datos y la gráfica, el crecimiento anual es escalonado, casi parejo en los años 2014 y 2015, con un 3.8% y 3.9% respectivamente, llegando a alcanzar en 2016 un incremento del 7,1% para situarlo en 54.518 millones de euros, el máximo histórico.

4.4. REPERCUSIÓN DEL TURISMO EN EL EMPLEO

El turismo genera en torno al 20% de los empleos que se crean en España, y ha cerrado 2016 con unas cifras de record, beneficiado principalmente por la inestabilidad en Egipto, Túnez y Turquía, que a mediados de año, según la asociación turística Exceltur, ya habían perdido entre 4 y 5 millones de turistas. Esta inestabilidad en el Mediterráneo ha tenido como consecuencia un incremento de llegadas de turistas a España, lo que a su vez ha dado paso a la creación de empleo en el sector, dos de cada diez empleos generados en el último año son gracias al turismo.

En las siguientes tablas se pueden observar las cifras más relevantes relacionadas con cada empleo asociado al turismo, y su progresiva mejora interanual.

Tabla 4.4/ 1

	2014	Total	S/Año anterior (%)
Afiliados en alta laboral en las actividades características del turismo		2.001.448	3,4
Hostelería y agencias de viaje		1.396.975	3,9
Servicios de alojamiento		263.687	2,8
Servicios de comidas y bebidas		1.082.623	4,3
Agencias de viajes / Operadores Turísticos		50.665	2,2

Fuente: Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Tourspain, 2017.

Tabla 4.4/ 2

	2015	Total	S/Año anterior (%)
Afiliados en alta laboral en las actividades características del turismo		2.093.334	4,6
Hostelería y agencias de viaje		1.468.376	5,1
Servicios de alojamiento		274.382	4,1
Servicios de comidas y bebidas		1.141.295	5,4
Agencias de viajes / Operadores Turísticos		52.699	4,0

Fuente: Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Tourspain, 2017.

Tabla 4.4/ 3	2016	Total	S/Año anterior (%)
Afiliados en alta laboral en las actividades características del turismo		2.193.730	4,8
Hostelería y agencias de viaje		1.548.193	5,4
Servicios de alojamiento		292.338	6,5
Servicios de comidas y bebidas		1.200.183	5,2
Agencias de viajes / Operadores Turísticos		55.672	5,6

Fuente: Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Tourspain, 2017.

Como ya hemos dicho anteriormente, el sector turismo es uno de los pilares más relevantes del crecimiento económico nacional, y esto repercute de manera directa en el empleo, siendo un elevado porcentaje de éste el ocupado por el sector que aquí tratamos, y a pesar de que durante los años de crisis hubo evidentemente una clara disminución del empleo en el turismo, éste se ha ido recuperando progresivamente año a año, y tal como reflejan las tablas superiores, vemos que el aumento porcentual sobre el año anterior en rasgos generales es mayor en 2015 que en 2014, y aún mejor en el 2016.

En servicios de alojamiento es donde mayor mejora se ha notado respecto a 2015, mientras que si comparamos los datos de los tres años, es en servicios de comidas y bebidas donde más incremento ha existido, con un 14,9%, seguido de hostelería y agencias de viaje por un 14,4%.

5. EL TURISMO EN CANTABRIA

5.1. CIFRAS RELEVANTES

Ahora vamos a centrar el análisis en la evolución de los turistas en Cantabria durante los años 2014, 2015 y 2016, para los dos primeros me he valido de las tablas proporcionadas por el Instituto de Turismo de España (Turespaña), mientras que para el año 2016 he empleado la del Instituto Nacional de Estadística.

En dichas tablas se representan las entradas de los turistas en el país según la comunidad autónoma de destino, de esta forma se puede comparar Cantabria tanto con el resto de comunidades como con el conjunto de España.

Tabla 5.1/ 1

2014	Total	% Vertical	Tasa de Variación Interanual
Total	64.938.945	100	7
Andalucía	8.498.724	13,09	7,7
Aragón	326.690	0,50	25,3
Asturias (Pr. de)	234.489	0,36	0,3
Balears (Illes)	11.348.259	17,48	2,6
Canarias	11.474.965	17,67	8
Cantabria	369.964	0,57	17
Castilla - La Mancha	182.606	0,28	14,7
Castilla y León	995.596	1,53	9,9
Cataluña	16.793.818	25,86	7,4
C. Valenciana	6.226.081	9,59	4,3
Extremadura	196.265	0,30	21
Galicia	1.048.878	1,62	20,4
Madrid (C. de)	4.545.820	7	7,5
Murcia (Región de)	805.365	1,24	29,5
Navarra	261.460	0,40	15,1
País Vasco	1.568.945	2,42	6,9
Rioja (La)	61.020	0,09	10,7

Fuente: S.G de Conocimientos y Estudios Turísticos. Tourspain, 2016.

Tabla 5.1/ 2

2015	Total	% Vertical	Tasa de Variación Interanual
Total	68.215.225	100	5,05
Andalucía	9.321.676	13,67	9,68
Aragón	415.339	0,61	27,13
Asturias (Pr. de)	242.923	0,36	3,60
Balears (Illes)	11.650.246	17,08	2,66
Canarias	11.589.737	17	1,00
Cantabria	402.560	0,6	8,81
Castilla - La Mancha	212.350	0,31	16,29
Castilla y León	1.057.200	1,55	6,19
Cataluña	17.446.046	25,58	3,88
C. Valenciana	6.495.633	9,52	4,33
Extremadura	199.635	0,3	1,72
Galicia	1.209.969	1,77	15,36
Madrid (C. de)	5.135.479	7,53	12,97
Murcia (Región de)	862.295	1,26	7,07
Navarra	253.373	0,37	-3,09
País Vasco	1.611.127	2,36	2,69
Rioja (La)	83.626	0,12	37,05

Fuente: S.G de Conocimientos y Estudios Turísticos. Tourspain, 2016.

Tabla 5.1/ 3

2016	Total	% Vertical	Tasa de Variación Interanual
Total	75.315.008	100	10,46
Andalucía	10.589.642	13,65	13,41
Aragón	644.516	0,85	53,06
Asturias (Pr. de)	277.989	0,37	10,70
Balears (Illes)	12.997.549	17,25	11,49
Canarias	13.259.567	17,60	13,49
Cantabria	378.435	0,50	-8,71
Castilla - La Mancha	234.006	0,31	9,23
Castilla y León	1.213.976	1,61	17,27
Cataluña	18.139.177	24,08	4,37
C. Valenciana	7.731.770	10,26	17,63
Extremadura	261.453	0,35	32,47
Galicia	1.035.147	1,37	-19,02
Madrid (C. de)	5.783.137	7,68	14,06
Murcia (Región de)	924.305	1,23	22,66
Navarra	300.622	0,40	23,13
País Vasco	1.382.083	1,83	-12,59
Rioja (La)	150.779	0,20	81,18

Fuente: Movimientos Turísticos en Frontera. INE, 2017

Analizando las tablas y evolución de los 3 últimos años, vemos como Cantabria en 2014 ocupa el undécimo puesto elegido por los turistas como destino. Aunque en dicho año representó el 0,57% del total de España, subió un 17% respecto al año anterior, siendo ésta la cuarta mayor subida nacional respecto a 2013.

Durante el año 2015 Cantabria se ve superada por Aragón en cuanto a porcentaje anual se refiere, pasando a un duodécimo puesto a pesar de experimentar una subida del 8% sobre el año anterior, pero es que Aragón fue la que una mayor subida tuvo, del 27%.

En 2016, a pesar de seguir siendo la duodécima comunidad elegida por los turistas como destino, ha sufrido un gran descenso respecto al año anterior, un retroceso interanual del 8,71%, siendo una de las tres comunidad con porcentaje negativo, tras Galicia y País Vasco, aunque probablemente esta situación se dé la vuelta de manera considerable cuando salgan los datos de 2017, gracias a la gran acogida que está teniendo el Año Jubilar Lebaniego y que con casi toda seguridad será una de las Comunidades con mayor mejora interanual.

- Síntesis de la evolución de los turistas en Cantabria

	Turistas	% S/Nacional	% Interanual
Año 2014	369.964	0,57	17
Año 2015	402.560	0,6	8,81
Año 2016	378.435	0,5	-8,71

Fuente: Elaboración propia de tablas anteriores

5.2. PIB ASOCIADO AL TURISMO EN CANTABRIA

A partir de este punto, en lo relativo a Cantabria es bastante complicado encontrar datos contrastados sobre el año 2016, así que lo expuesto se basara en los años anteriores, intentando centrar casi toda la atención en 2014 y 2015, pero sin olvidar los años previos para poder comparar en algunas tablas datos con el turismo antes y después de la crisis económica.

Gráfico 5.2/ 1 y Gráfico 5.2/ 2

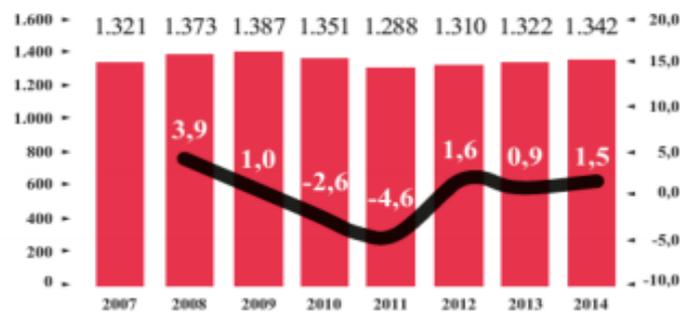
PIB Turístico en Cantabria

Evolución 2007 2014

Fuente: Estudio IMPACTUR Cantabria 2014 (Exceltur)

(En millones de euros)

(Tasa de variación interanual. En %)

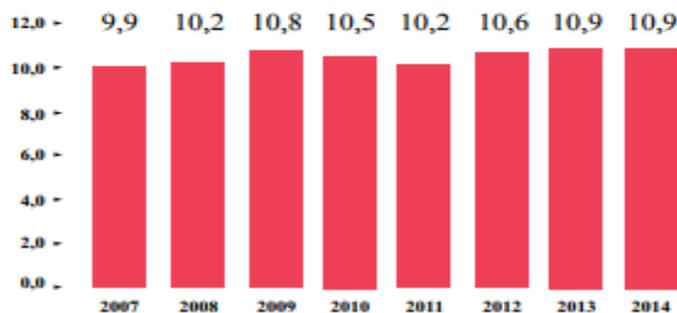


Peso PIB Turístico sobre el total economía en Cantabria

Evolución 2007 2014

Fuente: Estudio IMPACTUR Cantabria 2014 (Exceltur)

(En %)



Fuente: Estudio de Impacto Económico Cantabria 2014. IMPACTUR, 2015.

Como se puede apreciar en la grafica /1, desde el año 2007 hasta el 2014 el PIB turístico en Cantabria ha realizado una figura que tocó fondo en el año 2011 para resurgir en los posteriores hasta situarse en 2014 con un crecimiento interanual del 1,5%, hasta los 1.342 millones de euros, gracias al buen comportamiento del consumo turístico interno y de la demanda extranjera.

Respecto a la aportación del sector al PIB de Cantabria, en la grafica /2 se puede observar como siempre se ha encontrado por encima de 9.9%, alcanzando en los dos últimos años mostrados el tope, con un 1% superior a siete años atrás, lo que nos hace ver que el turismo es un sector cada vez más importante en la economía cántabra, puesto que a finales de 2014 se ha situado en un 10,9%, ganando 0,7 puntos porcentuales en el último trienio.

5.3. INGRESOS TURÍSTICOS EN CANTABRIA

Tabla 5.3/ 1

Resultados en millones de euros corrientes

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Consumo turístico no residentes nacionales	741	714	801	807	769	779	766	758
t.var.interanual		3,6	12,1	0,8	4,7	1,3	1,7	1,1
Consumo turístico hogares residentes	241	274	253	242	243	259	266	276
t.var.interanual		13,4	7,6	4,2	0,1	6,8	2,8	3,7
Consumo turístico nacional	982	988	1.054	1.050	1.012	1.038	1.032	1.034
t.var.interanual		0,6	6,6	0,4	3,6	2,6	0,6	0,2
Consumo turístico extranjeros	230	249	239	241	241	240	263	289

Fuente: Estudio de Impacto Económico Cantabria 2014. IMPACTUR, 2015.

Sobre los ingresos turísticos en Cantabria, vamos a dividirlos en dos ramas, una de ellas es el consumo turístico nacional, que está representado por el conjunto de bienes y servicios consumidos directamente por los turistas tanto residentes como no residentes en Cantabria, y que representa la mayor parte de los ingresos por turismo de la región, aunque manteniéndose prácticamente igual durante los tres últimos años de análisis. La segunda de las ramas mostradas corresponde al consumo turístico extranjero, la cual se muestra prácticamente lineal hasta 2012, teniendo un increíble aumento en los años 2013 y 2014, pasando de 240 millones de euros a 263 y 289 respectivamente, que ha hecho que se hayan aumentado con creces los ingresos turísticos totales en la comunidad.

5.4. REPERCUSIÓN DEL TURISMO EN EL EMPLEO DE CANTABRIA

Tabla 5.4/ 1	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Empleo Turístico (personas)	26.185	25.793	25.382	24.587	24.155	23.860	23.554	24.590
Tasa de variación interanual		-1,5	-1,6	-3,1	-1,8	-1,2	-1,3	4,4
Aportación del Turismo al Empleo de Cantabria	10,0%	9,8%	10,3%	10,5%	10,6%	10,9%	11,0%	11,4%

Fuente: Estudio de Impacto Económico Cantabria 2014. IMPACTUR, 2015.

La relevancia y condición de motor de crecimiento del turismo en Cantabria también se hace evidente en la creación de empleo de la región, y se concreta en 24.590 empleos en 2014, lo cual representa el 11,4% del total de empleo de la comunidad dicho año.

Es la primera vez en siete años que los niveles de empleo se sitúan en positivo, exactamente durante 2014 fue un 4,4% superior al año anterior, y esto ha hecho que la aportación del turismo al empleo en Cantabria durante el último año que muestra la grafica haya sido un 0,4% superior a 2013.

Tabla 5.4/ 2

	CANTABRIA	ANDALUCÍA	CANARIAS	COMUNITAT VALENCIANA	COMUNIDAD DE MADRID	GALICIA	ILLES BALEARS	LA RIOJA	REGIÓN DE MURCIA	ESPAÑA
PIB	10,9%	12,5%	31,2%	12,6%	6,3%	10,6%	45,5%	9,8%	9,8%	10,9%
EMPLEO **	11,4%	11,9%	35,2%	13,4%	5,9%	11,5%	34,8%	10,3%	10,2%	11,9%

Fuente: Estudio de Impacto Económico Cantabria 2014. IMPACTUR, 2015.

Esta tabla sirve para comparar el impacto del turismo en Cantabria con otras comunidades y en el conjunto de España, viendo como Cantabria y España se mueven prácticamente a la par en cuanto a porcentajes de PIB y empleo, siendo el mismo para ambas respecto al PIB, 10,9%, y tan sólo 0,5 puntos porcentuales menor el aporte del turismo al empleo de la región respecto al de España, 11,4% frente a 11,9%.

6. EL TURISMO Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

6.1. INTRODUCCIÓN

El sector turístico es uno de los pulmones de España y de su economía, y la tecnología, y más en concreto Internet, están cambiando la forma en la que se hace y comercializa el turismo. Actualmente somos el tercer país del mundo tanto por visitantes como por ingresos, una vez que China nos desbancó de la segunda posición en este último hace poco, pero lideramos el ranking mundial de competitividad del turismo con una nota de 5,4 sobre 7, según la lista elaborada por el Foro Económico Mundial.

Internet se ha revelado como un instrumento revolucionario para el presente y futuro del sector turístico, sobre todo en el área de la venta y distribución, así como en todo aquello que le rodea: búsqueda de información, combinación, reserva y compra de productos y servicios turísticos. Las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC'S) han contribuido de manera decisiva al crecimiento del turismo y al aumento de la oferta y la demanda.

El sector turístico ha dado un cambio radical en los últimos años, dejando atrás prácticamente los procesos analógicos cargados de intermediarios, y teniendo unos cambios muy significativos, tales como:

- Menores costes y mejores precios: Al haber menos intermediarios, se agilizan los procesos y las empresas pueden ahorrar en tiempo y gastos, traducándose en mejores ofertas para el turista.
- Mayor interacción: Las empresas pueden sacar mucho partido al feedback y los usuarios quieren ser escuchados, esta mezcla hace que a las empresas les importe mucho lo que sus usuarios dicen de ellos en internet, puesto que otros usuarios se guían mucho por las opiniones leídas sobre el comercio.
- Turismo global: Las oportunidades se multiplican, puesto que las empresas turísticas pueden introducirse en mercados extranjeros y llegar a más clientes.
- Economía colaborativa: ha aumentado la afluencia de turistas pero supone una amenaza para las empresas tradicionales. Pueden ser relacionadas con el transporte (Blablacar), alojamiento (Airbnb) o compras (Wallapop).

6.2. HISTORIA

Vamos a poner un pequeño resumen sobre la historia de las tecnologías del turismo, destacando algunos de los puntos de inflexión a lo largo del tiempo:

- 1400 – Primer registro oficial de posadas en Inglaterra, donde constaban inscritos 600 establecimientos.
- 1841 – Thomas Cook firma un acuerdo con la compañía Midland Railway para chartear trenes. Nace el primer turoperador moderno.
- 1851 – Nace la primera agencia de viajes, que lleva el nombre de Thomas Cook and Son.

- 1920 – Despegan las primeras aerolíneas comerciales.
- 1933 – El número de pasajeros de avión llega a 120.000 en todo el mundo.
- 1950 – Las aerolíneas implantan los primeros sistemas de reservas manejados por computadoras.
- 1960 – El éxito del sistema de reservas Sabre impulsa a otras compañías aéreas a automatizar procesos.
- 1970 – Se instalan las primeras terminales de reservas en agencias de viajes.
- 1980 – EEUU introduce una legislación para que los GDS (Global Distribution System) no favorezcan a unas compañías por encima de otras. En Europa se expanden los GDS Amadeus y Galileo.
- 1990-2000 – La llegada de Internet permite a las empresas turísticas crear sus propias webs de reserva. En 1996 nacen Expedia (impulsada por Microsoft) y Travelocity (Sabre).
- 2000-2007 – Seis aerolíneas crean Orbitz y en 2004 nace TripAdvisor, plataforma donde los propios usuarios crean contenidos. Nacen también los metabuscadores como Kayak.
- 2008 – Llega la revolución móvil gracias al lanzamiento de las redes 3G, el Iphone de Apple y las primeras Apps de viajes.
- 2011 – Entra en escena Google Flights.
(https://www.hosteltur.com/112290_infografia-historia-tecnologias-turismo.html)

6.3. ETAPAS DEL TURISMO

La experiencia del turista ha tenido una gran evolución. En el actual escenario los intermediarios del proceso van desapareciendo y el rol del turista es más activo. Se pueden distinguir tres etapas:

- Turismo tradicional: Es el turismo que se hacía antes de la digitalización, la etapa más analógica. Las fuentes de referencia eran revistas, folletos, amigos y familiares, mientras que las contrataciones solían hacerse a través de agencias de viajes.
- Turismo 2.0: Llega Internet y los buscadores juegan un papel primordial sobre destinos, vuelos, hoteles y actividades de ocio.
- Turismo 3.0: La mayoría de las decisiones están basadas en el uso de Apps colaborativas, buscando alojamiento en comparadores como Trivago, vuelos en otros como Kayak y empleando por ejemplo TripAdvisor para decidir dónde comer.

7. LAS TIC'S Y EL TURISMO EN ESPAÑA

Como ya hemos dicho anteriormente, Internet ha pasado a formar parte de la vida cotidiana de la mayor parte de la población. El 71,6% de las personas entre 16 y 74 años ha accedido durante los últimos meses a Internet, por lo que estaríamos hablando de 24,8 millones de personas.

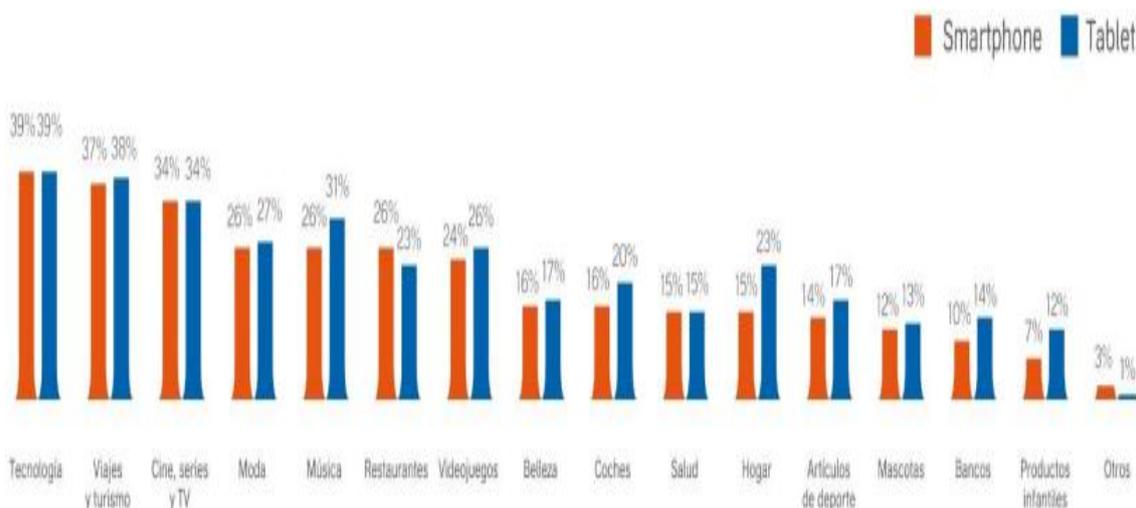
Además, el 92% de esos usuarios se conectan con una frecuencia superior a una vez por semana, y el número de personas que hacen uso intensivo de internet es de 18,6 millones, más de la mitad de la población de entre 16 y 74 años (Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2017).

El 69,9% de los internautas ha usado algún dispositivo móvil en los últimos tres meses para conectarse a Internet y el 64,1% participa en alguna red social como Facebook. Por seguir dando porcentajes, el 60,6% ha realizado alguna compra a través de internet en el periodo de un año, siendo los más populares la compra de billetes de transporte y la reserva de alojamientos, con un 59,4% y un 51,6% respectivamente (INE, 2017)

Por todo ello, y más viendo los porcentajes de compras de billetes y reservas de alojamiento, es lógico que el impacto en el sector turismo se haya hecho notar de manera rotunda.

7.1. CIFRAS RELEVANTES

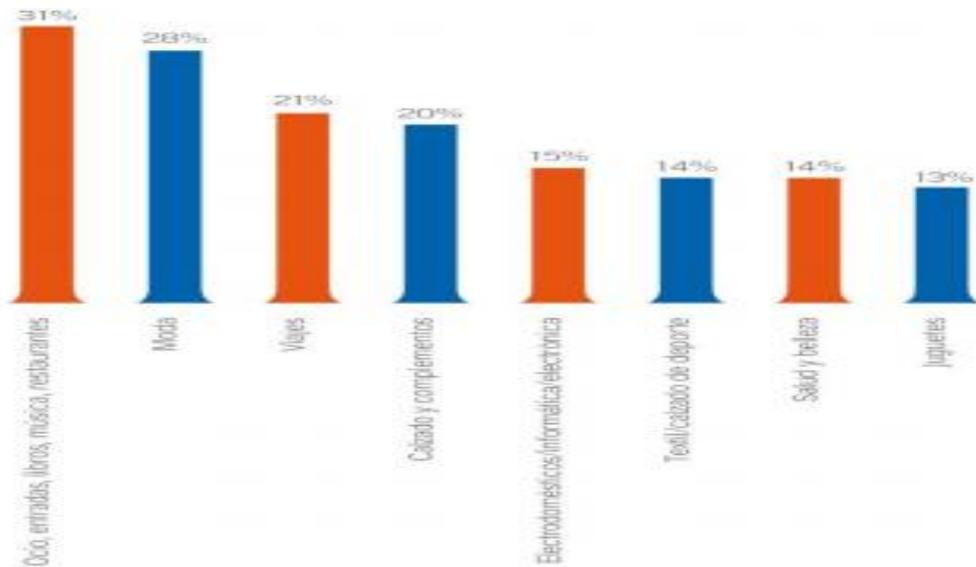
Grafico 7.1/ 1



Fuente: Mobile en España y en el Mundo. Ditrendia, 2016

Durante el 2015 en España, viajes y turismo recibió el segundo mayor porcentaje de clics por parte de los usuarios españoles de Smartphones y Tablets, con un 37% y 38% respectivamente, siguiendo muy de cerca a la tecnología, que en ambos dispositivos alcanzo el registro del 39%.

Grafico 7.1/ 2



Fuente: Mobile en España y en el Mundo. Ditrendia, 2016

El grafico superior muestra los productos que mas se compran en España a través de dispositivos móviles, los viajes se encuentran en el tercer lugar de la lista, donde el podio queda compuesto por ocio (31%), moda (28%) y viajes (21%), poniendo una vez mas de manifiesto como el sector turismo cada vez esta mas relacionado con las nuevas tecnologías, adaptándose a las necesidades de cada usuario.

7.2. EMPRESAS LÍDERES EN ADAPTACIÓN

Los cambios no son fáciles, pero suelen venir acompañados de nuevas oportunidades, y eso es lo que ha ocurrido en el turismo, un sector que está viendo cómo nacen nuevas empresas y se reinventan otras. Algunos ejemplos son los siguientes:

- Booking: Es la pagina líder de reservas de alojamiento online en el mundo. Ha apostado por la expansión, y a pesar de nacer en Holanda, ya opera en más de 220 países en todo e mundo.
- Axel Hotels: Se trata de un proyecto hotelero nacido en Barcelona en 2003, que basa su éxito en la estrategia de la segmentación. Para ello se ha centrado en un target en concreto, los turistas homosexuales. Su crecimiento ha sido posible demostrando la importancia que tiene conocer los perfiles y las necesidades del público.
- Byhours: Se trata de una empresa que, basándose en los deseos de muchos usuarios, les ofrece un servicio personalizado, como es el reservar hoteles por horas en lugar de días completos.
- Minube: Es una red social para viajeros, en la cual los usuarios recomiendan destinos, lugares para comer y hoteles. Está orientada al viajero social y disponible tanto en Android como en IOS.

7.3. APPS TURISTICAS 2017

Con la llegada de los smartphones, las tablets, los smartwatches o las wearables technologies, las nuevas tecnologías se han puesto definitivamente al servicio del turista, un nuevo modelo de turista digital, hiperconectado y multicanal, hecho a usar dispositivos móviles y aplicaciones en su lugar de residencia para interactuar con el entorno y hacer más cómoda su vida, que tal solo necesita disponer de servicios móviles y conectividad antes, durante y después del viaje.

Es por ello que la actividad turística durante los últimos años ha generado la aparición de miles de aplicaciones relacionadas con el turismo. Apps para buscar y reservar alojamiento, transporte o un lugar donde comer, Apps para descubrir nuevos destinos, Apps que van ligadas a la cultura, la naturaleza o la gastronomía, Apps de descuentos, Apps relacionadas con el aprendizaje de idiomas...una infinidad de aplicaciones de todo tipo y de gran utilidad para los turistas en particular, puesto que ayuda en la preparación del viaje y en la integración e interacción del turista en el destino. Esta es una de las claves de los nuevos destinos turísticos inteligentes.

Muchas de las Apps relacionadas con el turismo que tenemos hoy en día son de los siguientes tipos:

- Alojamiento: Ayudan al turista a buscar y reservar alojamiento, se incluyen buscadores de hoteles, alojamientos rurales, camping, hostales y una representación de cadenas hoteleras nacionales e internacionales.
(Airbnb, Booking, Logitravel, NH Hoteles, Paradores, TripAdvisor, Trivago...)
- Guía de destinos: El usuario encontrará una oferta de Apps que le ayudaran a conocer distintos destinos nacionales e internacionales.
(Mapas de Cantabria, Guía oficial Madrid, Tenerife!, Cool Paris, TouristEye...)
- Ocio y Restauración: Están las aplicaciones más representativas para buscar y reservar un sitio donde comer en cualquier parte del mundo. Incluye Apps con las que puedes reservar entradas, tener descuentos y propuestas de ocio.
(Around Me, Eltenedor, Groupalia, Guia Michelin, Ticketmaster, Turinea...)
- Smartwatch: Aplicaciones relacionadas con las necesidades del turista en distintas etapas del viaje y disponible para smartwatch.
(Airbnb, Alsa, Booking.com, Google Maps, Instagram, Kayak, RenfeTicket...)
- Transporte: Selección de aplicaciones relacionadas con el transporte, tales como comparadores, líneas aéreas, aeropuertos, trenes, autobuses, ferries, taxis y seguimiento de vuelo
(Aena, Air Europa, Blablacar, Europcar, Iberia, Kayak, myTaxi, Vueling...)
- Turismo activo: Herramientas que mejoran la experiencia del turista en sus prácticas deportivas de submarinismo, deportes de vela, senderismo, esquí, trekking o golf.
(Camino guide, Camino Lebaniego en red, iPlaya, Parque Naturaleza Cabárceno...)
- Utilidades: Aplicaciones que ayudan al turista en el destino. Le sirven para convertir moneda, traducir, hacer fotografías, encontrar compañeros de viaje, organizar la maleta, localizar wifi o controlar los gastos.
(Be my eyes, Copiloto Repsol, Google Maps, Google Translate, Maps.me...)

8. PROYECTO SIT (SISTEMA DE INTELIGENCIA TURISTICA)

El turismo es un factor clave en la economía española, ya que aporta cerca del 11% del PIB del país. España es el tercer destino mundial por volumen de turistas internacionales, y con el objetivo de mantener esta posición de liderazgo en el sector turístico a nivel internacional es imprescindible adelantarse a las necesidades del turista para ser aun más competitivos. Ante este reto, Segittur ha desarrollado el Sistema de Inteligencia Turística (SIT), una iniciativa pionera en el mundo que convierte los datos generados por el turista en todas las etapas de su viaje, de fuentes como las redes sociales, los móviles, las tarjetas de crédito o las reservas hoteleras en el destino en conocimiento, tanto a nivel local, regional o nacional. Esta información es de gran utilidad, ya que permite al destino conocer las necesidades del turista, mejorar la oferta y ser más competitivo, en un mundo donde hay muchos desafíos pero también grandes oportunidades. El SIT ofrece la información necesaria a las empresas y los gestores de los destinos para tomar decisiones que permitan aumentar la capacidad productiva, impulsar la competitividad y evaluar el retorno de las acciones de fomento a la actividad turística. Por otra parte contribuye a incrementar la prestación a los visitantes, adaptando las ofertas a las nuevas exigencias y necesidades.

Conocer al cliente es la clave del éxito, y es lo que pretende Segittur con el Sistema de Inteligencia Turística. Está implantada ya en varios destinos de la geografía española, entro los que están Badajoz y Las Palmas de Gran Canaria, aunque también se está trabajando con otros destinos nacionales como Madrid, León o Valencia.

8.1. ¿QUÉ ES SIT?

Se trata de un Servicio de Inteligencia Turística que convierte los datos proporcionados por los turistas en conocimiento e información con la que los destinos pueden ser más eficientes, anticipándose a las necesidades de los visitantes.

Constituye casi la piedra angular dentro del proyecto Destinos Turísticos Inteligentes, ya que es permite el análisis de distintas fuentes de datos, seleccionadas en función de las necesidades del destino, capaz de recoger, procesar y analizar la información, convirtiéndola en conocimiento, facilitándoselo a las empresas del destino para permitirles ser más eficientes adoptando la oferta a las nuevas exigencias y necesidades.

El SIT es capaz de incorporar diferentes fuentes de datos, tradicionales y no tradicionales, como recursos turísticos (museos y monumentos), movilidad, consumo y gasto, infraestructuras (parking), oficinas de empleo, datos generados en el entorno de las redes sociales y la oferta turística (alojamientos, restaurantes y comercio).

Basándose en la herramienta de Big Data y Business Intelligence, se realizan las transformaciones necesarias para la generación de los modelos en el ámbito del sector turístico, lo que permite un mayor conocimiento de lo que ocurre en el territorio en tiempo real.

8.2. ¿CÓMO FUNCIONA?

El desarrollo del SIT ha culminado en una herramienta capaz de adaptarse a las necesidades de información de cualquier destino turístico, convirtiéndose en la principal fuente generadora de inteligencia y conocimiento turístico a nivel local.

Uno de los mayores logros ha sido la identificación, generación e integración de nuevas fuentes de datos, que han permitido superar limitaciones y generar información a menor coste. El sistema es capaz de integrar cualquier fuente de datos, cabe señalar que la bondad de la información depende de la calidad de los datos de entrada y de su utilidad. Actualmente se incluyen los siguientes módulos de análisis:

- Datos generados por entidades de del destino mediante software colaborativo: museos, restaurantes, oficinas de información turística, parkings, clínicas privadas, establecimientos hoteleros...
- Estimación de precios y oferta hotelera a través de agencias de viaje online.
- Eventos oficiales y a través de redes sociales.
- Gasto y Consumo.
- Movilidad en los destinos.

8.3. BENEFICIOS

El Sistema de Inteligencia Turística tiene muchas ventajas, entre la que destacan las siguientes:

- Facilitar la toma de decisiones a las Administraciones Publicas.
- Incremento de la cantidad y calidad de las visitas.
- Mejora de la competitividad de las Pymes en el destino.
- Mejora de la eficiencia en la gestión pública del turismo.

8.4 DESTINOS INTELIGENTES

La Secretaria del Estado de Turismo, consciente de la necesidad de ofrecer bienes y servicios competitivos y diferenciales, ha pretendido establecer los marcos adecuados para facilitar la rápida incorporación de las innovaciones en los destinos turísticos, dotándolos de tecnología y generando experiencias turísticas integrales.

Un Destino Inteligente es un destino turístico innovador, consolidado sobre una gran infraestructura tecnológica, accesible para todos, que facilita la interacción e integración del visitante en el entorno e incrementa la calidad de su experiencia, así como mejora la calidad de vida del residente. Esto va a generar una serie de ventajas competitivas que beneficiaran al sector turístico y mas sectores, de esta forma se va a generar un escenario en el que:

- Aumente la competitividad de las empresas ubicadas en el destino, gracias a los sistemas que facilitan la gestión de información.
- Existan factores diferenciales en el desarrollo de las infraestructuras del destino, generando un espacio innovador y atractivo.
- Mejore la calidad de la visita, haciendo la experiencia más satisfactoria.
- Se facilite la toma de decisiones para el turista, buscando su satisfacción.
- Se incremente la calidad de vida del residente local.

De momento se han incluido doce destinos con diferente grado de implantación, que alfabéticamente son: Almería, Badajoz, Castelldefells, El Hierro, Jaca, Las Palmas de Gran Canaria, Lloret de Mar, Marbella, Murcia, Palma de Mallorca, Valle de Aran y Villajoyosa)

Se considera que el SIT es una piedra de gran importancia dentro del proyecto de Destinos Turísticos Inteligentes.

9. CONCLUSIONES

Como resultado del estudio llevado a cabo a lo largo de este trabajo, puedo extraer un conjunto de ideas y reflexiones que son de gran ayuda y me parecen muy relevantes a la hora de valorar la importancia tanto del sector turismo en España y Cantabria como de la aplicación de las nuevas tecnologías a dicho sector, ideas que sirven para ampliar los conocimientos previos que se tenían sobre este tema.

Partimos de la base que España es un país claramente turístico, de hecho ocupa la tercera posición en el ranking tanto de visitas como de ingresos turísticos, y la primera en el de competitividad turística.

Durante el análisis económico se ve un aumento generalizado de las magnitudes más significativas, lo que repercute positivamente en el auge experimentado en los últimos años en el sector. En primer lugar se observa un aumento considerable del número de visitantes tanto nacionales como internacionales. A raíz del número de turistas se produce un efecto dominó en el resto de campos que hemos analizado, puesto que este incremento lleva consigo un mayor número de ingresos, así como un aumento del PIB turístico, que a su vez registra un mayor peso sobre el PIB general de la economía española, y también se ve reflejado en el número de empleos generados, también en auge, estando todos los campos interrelacionados positivamente.

Pasando a Cantabria, se observa como casi calca los porcentajes de España en cuanto a PIB y cifras de empleo, lo que hace que prácticamente tengan las mismas perspectivas en sector. El único hándicap ha sido un descenso de turistas en 2016, pero que con este Año Jubilar Lebaniego se intuye que cambiara positivamente las cuando se publiquen las cifras de 2017, puesto que está teniendo una gran afluencia turística, que esperemos que, al igual que España, genere una relación muy favorable turista-ingresos.

Respecto a la innovación en el sector turismo, como ya he dicho antes, España ocupa el primer puesto en competitividad turística, y esto en parte se debe a que la tecnología está cambiando la forma en la que se hace y comercializa el turismo. Las TIC'S han contribuido de manera decisiva al crecimiento del sector, dejando a un lado prácticamente el turismo tradicional, el analógico, para situarnos ya en un turismo 3.0 basado en Apps colaborativas.

Las empresas se han tenido que reinventar y muchas han nacido al ver en el binomio turismo-tecnología nuevas oportunidades de negocio, ya sea en forma de pagina web o de App turística, aunque casi todas están relacionadas y tienen ambas, como Booking o TripAdvisor.

Quizá lo que más interesante me ha parecido ha sido el proyecto SIT (Servicio de Inteligencia Turística), tanto por lo pionero como por los beneficios que creo puede generar, puesto que el adelantarte a las necesidades del turista hace todo un mundo de eficiencia donde se benefician ambas partes. Por un lado se ofrece la información necesaria a las empresas y a los gestores de los destinos para tomar decisiones que permitan aumentar la capacidad productiva, impulsar la competitividad y evaluar el retorno de las acciones de fomento a la actividad turística. Por otra parte contribuye a incrementar la prestación a los visitantes, adaptando las ofertas a las nuevas exigencias.

Sin duda considero que el SIT puede ser un paso importante en la fusión cada vez más frecuente del sector turismo con la innovación tecnológica.

Conocer al cliente es la clave del éxito.

10. BIBLIOGRAFÍA

DESTINOS INTELIGENTES. 2015. *Proyecto Destinos Inteligentes*. www.destinosinteligentes.es [Sitio Web]. Disponible en: <http://www.destinosinteligentes.es/proyecto-destinos-inteligentes/>

DITRENDIA. 2016. *Informe Mobile en España y en el Mundo 2016*. www.ditrendia.es [Sitio Web]. Disponible en: http://www.amic.media/media/files/file_352_1050.pdf

ECONOMIA ABC. 2016. *El turismo ya genera el 20% de los empleos que se crean en España*. www.abc.es [Sitio Web]. Disponible en: http://www.abc.es/economia/abci-turismo-genera-20-por-ciento-empleos-crean-espana-201608170728_noticia.html

EXCELTUR. 2015. *Impacto Económico del turismo en Cantabria 2014*. <http://www.exceltur.org/> [Sitio Web]. Disponible en: http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2015/03/IMPACTUR_CANTABRIA2014_informe_web.pdf

HOSTELTUR. 2013. *Historia de las tecnologías del turismo*. www.hosteltur.com [Sitio Web] Disponible en: https://www.hosteltur.com/112290_infografia-historia-tecnologias-turismo.html

HOSTELTUR. 2013. *Las 20 tendencias tecnológicas que transformarán el turismo*. www.hosteltur.com [Sitio Web]. Disponible en: https://static.hosteltur.com/web/uploads/2013/10/REPORTAJE-Las_20_tendencias_tecnologicas_que_transformaraEn_el_turismo.pdf

INE. 2017. *Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras*. www.ine.es [Sitio Web]. Disponible en: <http://www.ine.es/daco/daco42/frontur/frontur1216.pdf>

ITHOTELERO. 2017. *Informe Innovación Turística en España 2017*. www.ithotelero.com [Sitio Web]. Disponible en: <http://www.ithotelero.com/wp-content/uploads/2017/07/Informe-AIIT-2017.pdf>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. 2017. <http://www2.unwto.org/es> [Sitio Web]. Disponible en: <http://www2.unwto.org/es>

SEGITTUR. 2015. *Guía de Apps Turísticas 2015*. www.segittur.es [Sitio Web]. Disponible en: www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/documentos/2015-guia-apps1.pdf

SEGITTUR. 2017. *Impacto de la innovación y las nuevas tecnologías en los hábitos del nuevo turista en España*. www.segittur.es [Sitio Web]. Disponible en: http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/documentos/_Impacto-de-la-Innovacin-y-las-nuevas-tecnologas-en-los-hbitos-del-tu-.pdf

SEGITTUR. 2017. *SIT (Sistema de Inteligencia Turística)*. www.segittur.es [Sitio Web]. Disponible en: <http://view.ceros.com/bluevista/segittur-sit/p/2>

SOPHIADIGITAL. 2017. *Cómo ha cambiado el turismo gracias a la tecnología*. www.sophiadigital.es [Sitio Web]. Disponible en: <http://www.sophiadigital.es/turismo-digital-cambios-tecnologia/>

TOURSPAIN. 2017. *Estadísticas*. www.tourspain.es [Sitio Web]. Disponible en: <http://estadisticas.tourspain.es/es-ES/estadisticas/fichadecoyuntura/Paginas/default.aspx>

TURISMO DE CANTABRIA. 2015. *Estudio de Impacto Cantabria 2014*. <http://profesional.turismodecantabria.com> [Sitio Web]. Disponible en: <http://profesional.turismodecantabria.com/documentos/impactur2014.pdf>