



SEGITTUR
turismo e innovación



**PLATAFORMA INTELIGENTE DE DESTINOS
CASO DE USO ENOTURISMO**



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



SEGITTUR
turismo e innovación

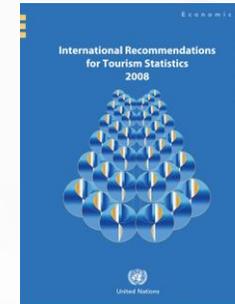
SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO - SEGITTUR

INTRODUCCIÓN

Agradecer a la OMT su trabajo orientando la producción de estadísticas turísticas de calidad

¡GRACIAS!

- OMT, año 1994. Recomendaciones sobre estadísticas de turismo (RET 1993, 177 actividades, 54 plenamente turísticas).
- Directiva 95/57/CE del Consejo de la Unión sobre recogida de información estadística en el ámbito del turismo (NUTS 2 y NUTS 3). Reglamento UE 692/2011 (NUTS + capitales y ciudades importantes)
- OMT, año 200. Cuenta Satélite del Turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual.
- OMT, año 2008. Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo (ligera redefinición visitante, grupo de viaje, viviendas turísticas, modificación turismo interno, tipos de alojamiento). CAPÍTULO 8 RIET 2008 generación de estadísticas subnacionales.
- INRouTe 2009. El turismo más de cerca: medición y análisis subnacional (apoyo técnico a la OMT)
- OMT 2013. Hacia un conjunto de orientaciones de la OMT



<http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2012/02/RIET-OMT-ES%252006%2520jul%25202009.pdf>

<https://www.unwto.org/es/tourism-statistics/on-basic-tourism-statistics-irts-2008>

<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417780>

<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417063>



00

SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO - SEGITTUR

INTRODUCCIÓN

El destino turístico se sitúa en el centro de la política turística, la gestión es parte importante de la competitividad turística de **España**.

MODELO DTI: La gobernanza, la sostenibilidad, la digitalización, la innovación y la accesibilidad.



La **Organización para la Cooperación y el Desarrollo (OECD)** en su informe "OECD Tourism Trends and Policies 2018" incluye como **buena práctica** en materia de política turística la iniciativa de Destinos Turísticos Inteligentes de España.

La **Organización Mundial del Turismo (OMT)** publicó en el **2019** sus "**Directrices de la OMT para el fortalecimiento de las organizaciones de gestión de destinos (OGD): Preparando las OGD de cara a nuevos retos**" en las que propone a los destinos la implantación del modelo DTI basado en los cinco ejes que utiliza España.



El **Banco Interamericano de Desarrollo (BID)**, dentro de su ámbito de actuación en la región americana, incorpora también en su "**Marco Sectorial de Turismo**", entre sus líneas de acción a los Destinos Inteligentes para promover el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) e impulsar la innovación.



El **World Travel & Tourism Council (W TTC)** reconoció en **2019** el liderazgo de España en política pública para la mejora de la competitividad turística por el proyecto de DTI, entregando al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo el premio "**W TTC Global Champion Award 2019**" en la categoría de innovación y tecnología.



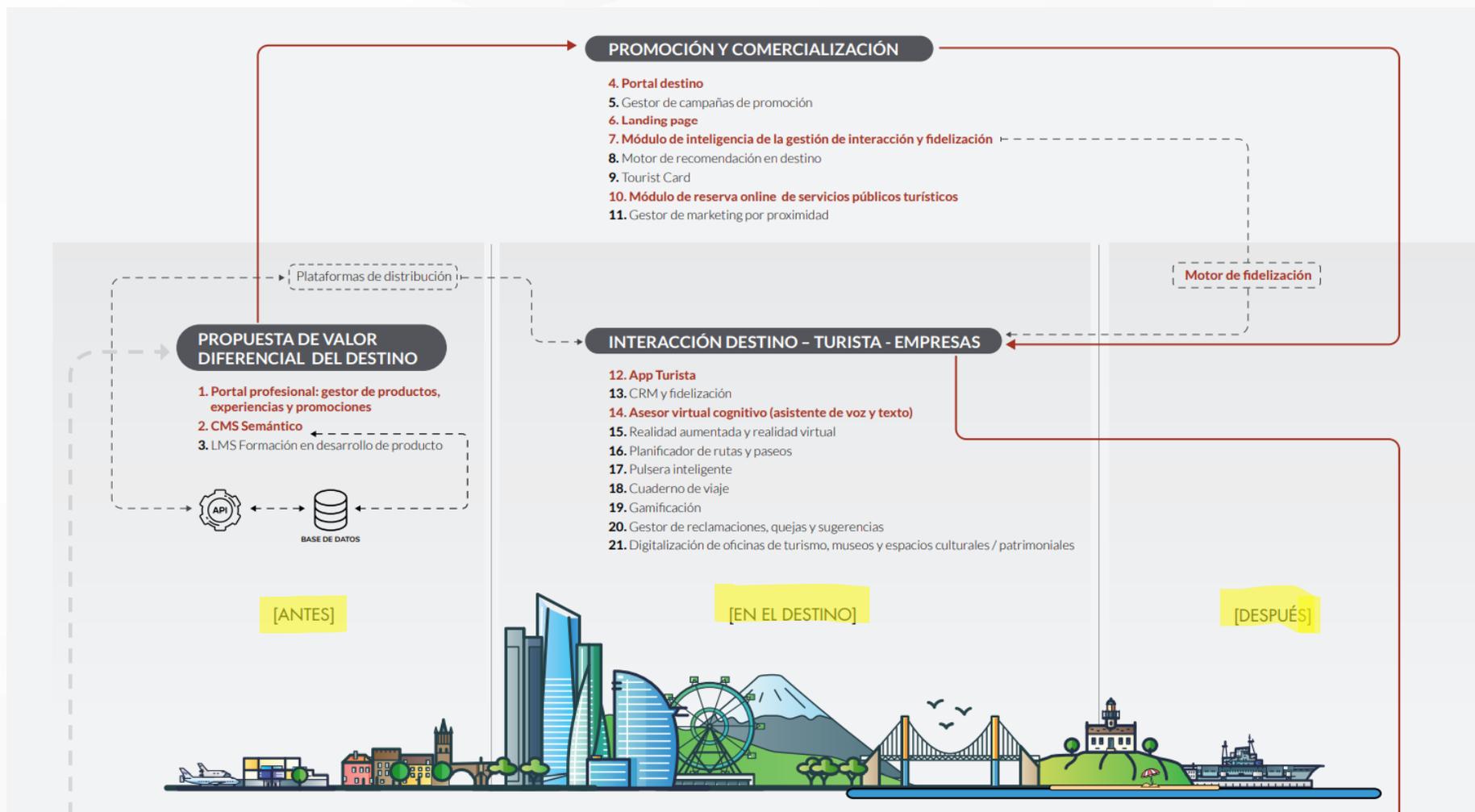
"... la creciente conciencia de la necesidad de mejorar la competitividad y la sostenibilidad de los destinos... se enfrentan al requisito apremiante de ampliar su ámbito de actuación al objeto de convertirse en organizaciones de gestión de destinos (OGD) integrales. La tendencia apunta a que las OGD abandonan su papel tradicional de entidades responsables del marketing y la promoción de los destinos, para convertirse en organizaciones gestoras con un mandato..." (2019, OMT)

01

PLATAFORMA INTELIGENTE DE DESTINOS INCREMENTAR CAPACIDADES DE GESTIÓN DESTINOS Y EMPRESAS

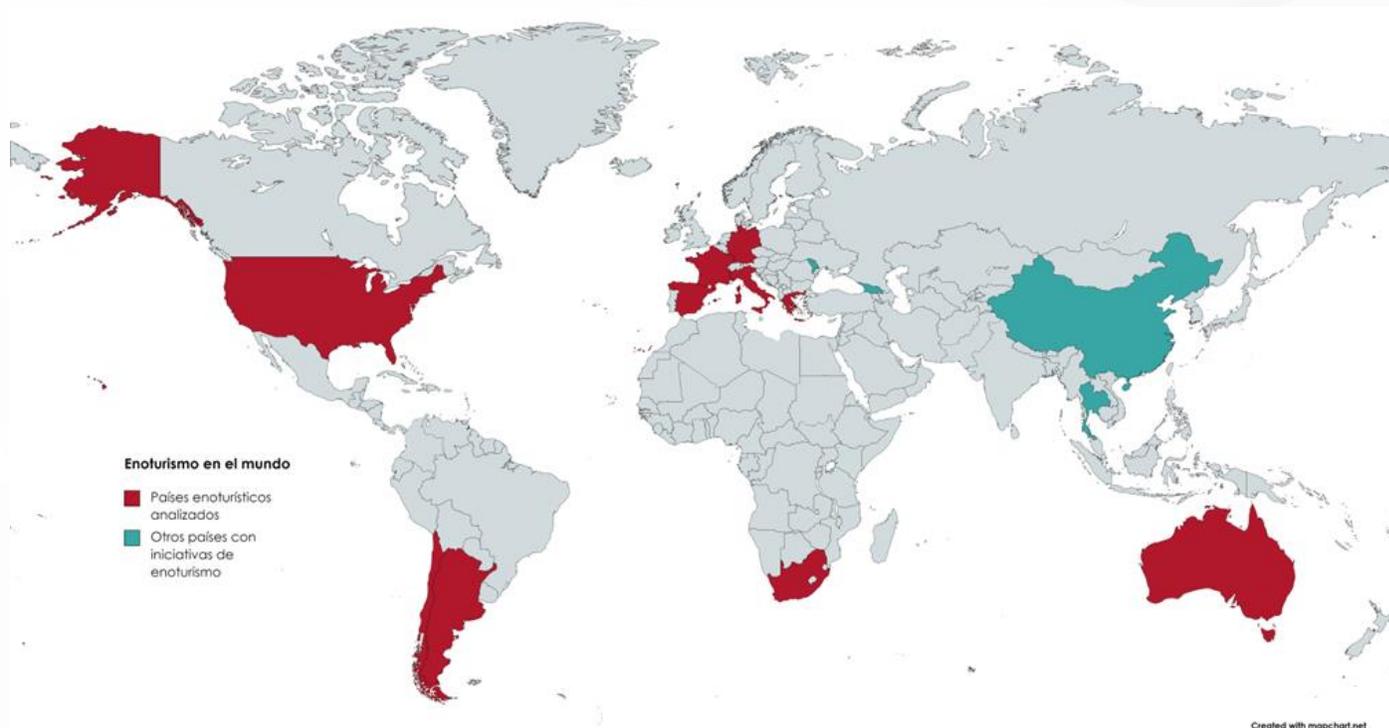
La plataforma inteligente de Destinos identifica **20/68 funcionalidades**

- Modelo de datos "operativo" de la interacción enoturista-destino-recurso enoturístico
- Métricas comunes.
- Generando **datos** y conocimiento relevantes para destinos y empresas.
 - Oferta
 - Demanda
 - Interacción
 - Tecnología
 - Entorno abierto a la explotación de datos.
- Incrementando el volumen de **negocio** turístico.
- Mejorando la **experiencia** del turista.
- Acelerando un **proceso de transformación digital** que coordina a la partes pública y privada al servicio del turista.



02

MODELO DIGITAL ENOTURISMO FASES DE ANÁLISIS



ANÁLISIS DE SITUACIÓN DEL ENOTURISMO Y DEL ESTADO DEL ARTE SOBRE MODELOS DE MEDICIÓN DE IMPACTO DE LA ACTIVIDAD



Análisis de necesidades retos y oportunidades del sector



ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

25 entrevistas en profundidad

ENCUESTAS ON LINE

Encuestas destinos bodegas y empresas)

TALLERES -GRUPOS DE TRABAJO EXPERTOS

6 talleres (3 inicio bodegas - 2 destinos piloto- 1 contraste)

02

MODELO DIGITAL ENOTURISMO ANÁLISIS MODELOS DE MEDICIÓN DE LOS IMPACTOS DEL ENOTURISMO

Sistemas de medición de impactos del enoturismo más representativos a nivel mundial (PARTE I)

	NAPA VALLEY	RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA	MONITOR DOCa RIOJA	ARGENTINA	CHILE	SUDÁFRICA
Sistema Medición	Napa Valley Visitor Profile	Observatorio Turístico Rutas del Vino de España	Monitor de Enoturismo de la DOCa RIOJA	Observatorio Económico de Turismo del Vino de la República de Argentina	Observatorio de Enoturismo	South Africa Wine Tourism Visitor Research Report
Año de creación	2012	2008	2018	2021	2020	2021
Última publicación	2018	2023	2023	2023	2022	2022
Ámbito territorial	Valle del Napa (Napa Valley)	Rutas del Vino integrantes del Club de Producto RVE	Denominación de Origen DO Ca RIOJA	Argentina	Chile	Sudáfrica
Visualización y transferencia de resultados	<ul style="list-style-type: none"> Quick Facts Visitor Profile Economic Impact 	<ul style="list-style-type: none"> Informe anual visitantes a bodegas y museos en RVE Informe anual sobre el perfil de la demanda Infografías En ocasiones, se elaboran informes específicos de la demanda de algunas Rutas de Vino 	<ul style="list-style-type: none"> Informes del Monitor de Enoturismo DOCa RIOJA Infografías 	<ul style="list-style-type: none"> Informes de actividad enoturística en Argentina 	<ul style="list-style-type: none"> Informe de situación del enoturismo Infografías 	<ul style="list-style-type: none"> Informe de Investigación
Frecuencia	Bienal	Anual	Anual	Anual	Anual	Anual
Metodología	Encuestas a la demanda	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta online a la demanda Encuesta anual a las bodegas y rutas del vino pertenecientes al Club de Producto RVE 	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta online a la demanda Encuesta anual a las bodegas 	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta a bodega Encuesta a la demanda 	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta a bodega Encuesta a la demanda 	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta a visitantes online Encuesta en bodega
Ámbito del análisis	<ul style="list-style-type: none"> Demanda Impacto económico de turistas, excursionistas y residentes Empleo impuestos generados 	<ul style="list-style-type: none"> Oferta Demanda Impacto económico 	<ul style="list-style-type: none"> Oferta Demanda Impacto económico Empleo 	<ul style="list-style-type: none"> Demanda enoturística Perfil enoturista 	<ul style="list-style-type: none"> Perfil enoturista nacional Perfil enoturística internacional Catastro del enoturismo nacional 	<ul style="list-style-type: none"> Perfil del enoturista Volumen de demanda Oferta Segmentación de turistas

02

MODELO DIGITAL ENOTURISMO ANÁLISIS MODELOS DE MEDICIÓN DE LOS IMPACTOS DEL ENOTURISMO

Sistemas de medición de impactos del enoturismo más representativos a nivel mundial (PARTE I)

	NAPA VALLEY	RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA	MONITOR DOCA RIOJA	ARGENTINA	CHILE	SUDÁFRICA
Principales indicadores OFERTA	No presenta datos relativos a la oferta	<ul style="list-style-type: none"> Nº de Rutas del Vino Nº Entidades integradas en el proyecto Nº Agentes integrantes Entes Gestores Nº de municipios Nº de Consejos Reguladores Nº de bodegas abiertas al turismo Nº de museos del vino Hoteles Restaurantes Otros agentes ecosistema turístico Precio medio visita 	<ul style="list-style-type: none"> Nº Bodegas / Tipología Servicios ofertados bodegas Instalaciones y servicios Empleo generado Experiencia –antigüedad en enoturismo Necesidades formativas Clima empresarial Integración en proyectos colectivos Intención de mejora del proyecto enoturístico Rentabilidad de la actividad Adecuación y desarrollo del destino 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de visitas Botellas vendidas Cantidad de comensales 	<ul style="list-style-type: none"> Número de viñas abiertas al enoturismo Características de la oferta Nivel de asociacionismo Colaboración con TTOO y empresas hoteleras Trabajo con sector público Sostenibilidad Apertura al público Accesibilidad Capital humano Promoción de la oferta Medios de pago/reserva 	No presenta datos relativos a la oferta
Principales indicadores DEMANDA	<ul style="list-style-type: none"> Nº total de visitantes Nº excursionistas Nº de residentes que realizan enoturismo Gasto enoturístico en distintas categorías 	<ul style="list-style-type: none"> Nº Visitas a bodegas Nº Visitas a museos Evolución anual del número de visitantes Gasto en tienda % Turismo internacional Estacionalidad anual Organización del viaje 	<ul style="list-style-type: none"> Nº visitas a bodegas Evolución nº visitantes % Visit. internacionales Perfil del visitante Medio de transporte Organización del viaje Medio de reserva e inspiración Gasto medio en destino Gasto en bodega Nº de bodegas Estancia en destino Estacionalidad Actividades realizadas Interés en los servicios Nivel de satisfacción 	<ul style="list-style-type: none"> Lugar de residencia Edad Identidad de género Pertenencia al colectivo LGBTQ+ Grupo de viaje Estadía Alojamiento Actividades realizadas relacionadas al vino Cantidad de bodegas visitadas Perfil enoturístico Nivel de satisfacción Gasto turístico 	<ul style="list-style-type: none"> Lugar de residencia Edad Género Disposición al gasto Elementos de atracción para realizar una actividad Preferencia de actividades enoturísticas Preferencia por actividades virtuales 	<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento sobre las Rutas del Vino Fuente de conocimiento Visitas a las Rutas del Vino Fuentes de motivación Comportamiento del visitante (frecuencia de viaje, duración de la estancia, viaje, voluntad de futuro viaje, etc.) Gasto medio Intereses en actividades Segmentación del enoturista
Principales indicadores DESTINO / GESTIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Impacto económico del enoturismo Empleo generado Impuestos recaudados 	Impacto económico del enoturismo	<ul style="list-style-type: none"> Impacto económico en bodegas Impacto económico del enoturismo en el destino Impacto económico en destino Empleo generado 	No ofrece indicadores de gestión	No ofrece indicadores de gestión	No ofrece indicadores de gestión

02

MODELO DIGITAL ENOTURISMO MODELO DE MEDICIÓN. VISUALIZACIÓN- DASHBOARD

Medición y gestión del enoturismo.

GOBERNANZA DEL ENOTURISMO

Gestión de la interacción. Servicios públicos de apoyo: promoción, formación, transporte, oferta complementaria, etc

SISTEMA DE INTELIGENCIA DEL ENOTURISMO

Oferta, Demanda y Gestión
Sostenibilidad

ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD ENOTURÍSTICA

Ranking y comparativa entre
destinos. TECNOLOGÍAS

INFORMES Y ESTUDIOS SOBRE ENOTURISMO

Informes diversos (mercados,
innovaciones en productos,
sostenibilidad, accesibilidad, etc..)



SEGITTUR
turismo e innovación

MUCHAS GRACIAS



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



SEGITTUR
turismo e innovación