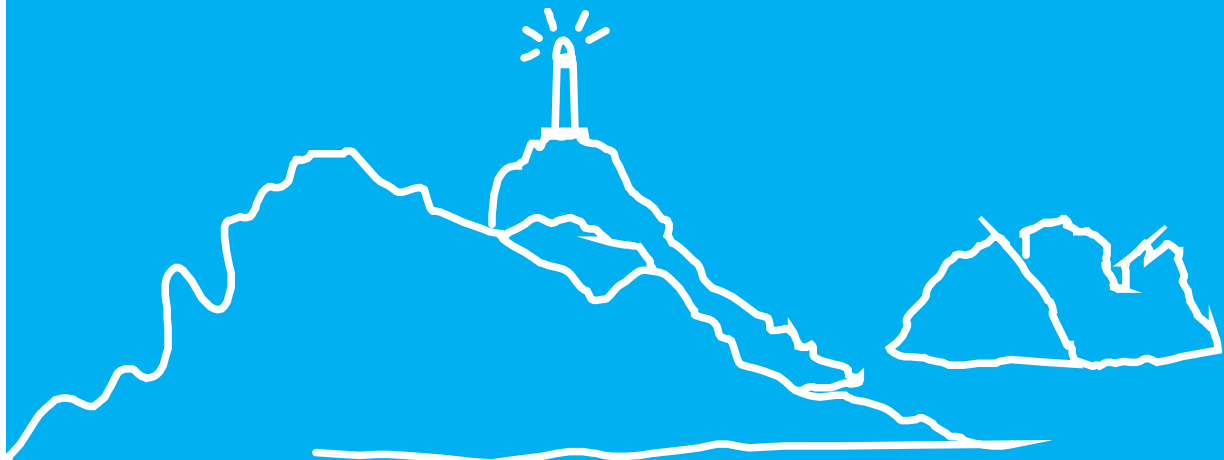


Smart Turismo

Plan de desenvolvemento das
TIC no eido do Turismo

Resumo Executivo – Febreiro 2014





Índice

00 **Presentación**

01 **O sector**

02 **Situación de partida**

03 **Misión, visión e estratexia**

04 **Eixes estratéxicos**

EIXE ESTRATÉXICO 1

Modernización das infraestruturas
tecnolóxicas de Turismo de Galicia

EIXE ESTRATÉXICO 2

Promoción, comercialización e fidelización
dos viaxeiros

EIXE ESTRATÉXICO 3

Innovación, coordinación e colaboración
público-privada

EIXE ESTRATÉXICO 4

SmartCamiño: facendo intelixente o Camiño

05 **Investimentos estimados**

Presentación



A modificación dos hábitos de consumo e da forma de se relacionar os turistas e as empresas de servizos turísticos debido, en boa parte, aos cambios tecnolóxicos dos últimos anos, afectan en grande medida á relación dos turistas co destino xa dende as fases de identificación do mesmo, no momento da visita ou viaxe e o seu comportamento posterior.

Tendencias actuais coma as reservas de última hora, o incremento do emprego dos dispositivos móbiles nas diferentes fases da viaxe, as escapadas (*short breaks*), a primacía da experiencia sobre o destino, a gran cantidade de información (moita dela achegada polos propios usuarios), a facilidade para realizar comparativas así coma a esixencia dunha boa relación calidade-prezo semellan terse acentuado durante a crise e, probablemente, manterase despois. Isto xustifica a necesidade de **adaptar os modelos de negocio**, por parte do sector, e as **políticas de xestión turística**, por parte da Administración pública, a estas tendencias recentes que son soportadas, na súa meirande parte, por ferramentas tecnolóxicas.



Presentación

Impulsar o emprego de novas tecnoloxías

É necesario, polo tanto, **dar un impulso ao xeito de entender o turismo e o emprego das novas tecnoloxías parte das empresas e profesionais** (tanto do sector coma da Administración pública), que o teñen que ver xa non só coma un valor engadido senón coma unha necesidade e un requisito imprescindible para a **prestación de servizos, a captación de turistas e de novos mercados, a mellora da eficiencia no seu funcionamento, o aforro de custes e a capacidade de dar respostas áxiles** para actuar rapidamente fronte a cambios no mercado.

Cooperación público-privada

Obsérvase tamén, unha tendencia crecente encamiñada á **cooperación entre os axentes públicos e privados**: a cada vez maior concienciación para concibir o turismo coma unha actividade económica relevante que está xerando dinámicas de maior colaboración e coordinación entre axentes e actividades. As **políticas de promoción e comercialización, a aposta pola formación e a profesionalización, as políticas de I+D+i** ou os **investimentos en infraestruturas** deséñanse e desenvólvense cada vez máis en coordinación entre o sector público e o privado.

Dinamización e modernización do sector

A **Xunta de Galicia**, e nomeadamente a **Axencia para a Modernización Tecnolóxica de Galicia** e a **Axencia Turismo de Galicia** están chamadas a desempeñar un papel de **estímulo e dinamización no desenvolvemento e despregue da modernización [tecnolóxica]** do sector, ofrecendo un contorno favorable para o negocio, axilizando os procesos relacionados coa súa misión reguladora, desenvolvendo ferramentas de difusión, promoción e comercialización e orientando as políticas públicas cara a innovación. Os retos para seguir mellorando a eficiencia e a competitividade son evidentes.

Desenvolvemento económico e emprego

Para artellar a capacidade competitiva e rendibilidade do sector e, con elo, manter, mellorar e ampliar o emprego, incrementar a captación de ingresos e **fomentar o desenvolvemento económico do turismo**, é necesario asumir un novo paradigma de actuación que teña coma motores a **adopción da sociedade da información e a innovación**. O alcance da actividade económica do turismo, a visión de futuro, a velocidade dos cambios tecnolóxicos, así coma a fonda transformación económica e social, indican a necesidade de ofrecer ao sector unha **guía para a adaptación positiva do sector turístico de Galicia á economía e sociedade do futuro**.



“...é ilusorio admitir que todo pode volver ser coma antes. Necesitamos coñecer mellor aos nosos consumidores, dominar as tecnoloxías e integralas cada vez máis na xestión dos destinos e as empresas. Debemos tamén investir máis en innovación de produtos e en recursos humanos, e comprometermos firmemente coa sostibilidade.”

Talef Rifai, secretario xeral da OMT



Presentación

Plan Integral de Turismo de Galicia

A Xunta de Galicia, presentou, a través da Axencia de Turismo, o Plan Integral de Turismo de Galicia, desenvólvese cunha visión 2020, aliñado co Plan Estratéxico de Galicia 2010-2014, coa Estratexia Europa 2020, así como cos documentos preparatorios da Estratexia de Especialización Intelixente Galega (RIS3), e establece liñas de acción concretas de 2014 ata o 2016. O Plan establécese e desenvólvese cunha visión a longo prazo, imprescindible para poder acadar un sector sólido e sostible no tempo. Esta visión xorde dun proceso de elaboración coa participación de todo o sector.

Axenda Dixital de Galicia

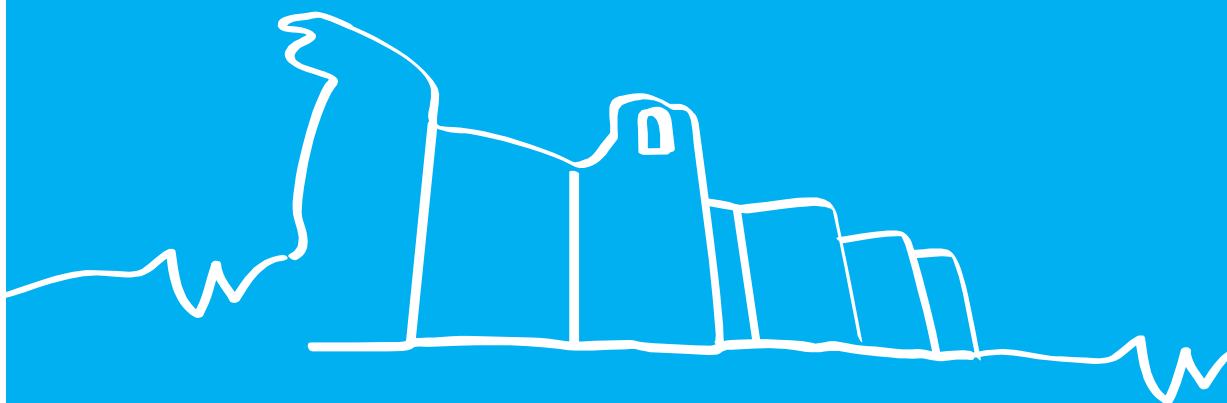
A Administración pública de Galicia ten o sector das novas tecnoloxías coma un dos sectores estratéxicos para a recuperación económica da Comunidade Autónoma. Neste contexto ten por marco de referencia a 2014.gal Axenda Dixital de Galicia, promovida pola Axencia de Modernización Tecnolóxica de Galicia, que ten por obxectivo plasmar o potencial social e económico das TIC coma peza chave que axude a converter a economía actual nunha economía intelixente, sustentable e integradora, cun alto nivel de emprego, cohesión social e territorial no horizonte de 2014.

Tamén fai fincapé no obxectivo de pasar dunha sociedade que emprega as TIC a unha sociedade que se sirva das novas tecnoloxías para xerar crecemento sostible, para mellorar as cotas de participación na toma de decisións e para contribuír á súa calidade de vida sobre a base do coñecemento.



O sector

01



103.109

postos de traballo (*)

11,2%

do total de emprego (*)



10,6%

do total do PIB galego (**)

6.138

millóns de € (**)



3,6%

do total do gasto público (**)

515

millóns de € de gasto público (**)

* Datos de 2013 | ** Datos de 2010

Datos económicos

- Segundo os datos do INE, o **número de viaxeiros aloxados en establecementos** incrementouse un 4,3% entre o 2012 e o 2013, pasando de **3.629.541** a **3.784.796**.
- Tendo en conta os **efectos directos** sobre o emprego o sector xerou, en 2013, **103.109 postos de traballo** que supuxeron o **11,2% do emprego**.
- A actividade xerada polo turismo en Galicia no ano 2010 ascendeu a **6.138 M€**, o que sitúa a participación do turismo na economía galega no **10,6%**.
- En 2010 en Galicia o PIB Turístico experimentou un **crecemento do 4,8%** respecto a 2009, situándose por riba da media da economía galega, que experimentou un incremento anual do 1,4% segundo as Contas Económicas de Galicia.
- Pola súa banda os **efectos indirectos**, é dicir, aqueles que son efectos arrastre sobre outras ramas de actividade proveedoras de bens e servizos intermedios para o sector turístico coma poden ser os agricultores, subministradores de alimentos, construción ... xeraron en 2010 un total de **1.817 M€**, isto é o **3,1% do PIB galego**, manifestando esa capacidade de arrastre na creación de **33.449 postos de traballo**, que supoñían o **2,8% do total de emprego** en Galicia.

Datos do emprego

- O número de postos de traballo vinculados ao turismo pasou, segundo a EPA, de **103.109 en 2012** ata os **112.030 en 2013**, o que supuxo un incremento do **8,7%**, representando o **11,2%** do total de emprego da comunidade.
- O maior nivel de actividade turística en 2010 favoreceu a creación de emprego relacionado co sector a unha taxa de variación interanual do 1,5% respecto a 2009, o que supón **1.971 empregos novos**, amosando un comportamento máis favorable que no conxunto da economía (que descendeu un 1,9%).
- Segundo a EPA, no ano 2011 o número de activos no sector turístico galego ascendeu a **125.963 persoas**, un **0,4% máis** que no ano 2010. Isto é, o turismo representou un 9,6% dos activos totais da economía (1.311.225) e un 15,7% dos activos do sector servizos (804.475), mantendo o seu peso respecto ao ano anterior.



O mellor comportamento da actividade turística respecto ao resto de ramas da actividade da economía galega foi motivado polas achegas do turismo ao conxunto da economía da Comunidade en 0,3 puntos porcentuais ata situarse no 10,6%.



Comparando a porcentaxe de poboación ocupada no sector turístico en Galicia segue situándose cerca de comunidades que nos superan noutros indicadores turísticos, coma Valencia (11,84%), Andalucía (11,8%), Catalunya (11,58%) ou Madrid (11,48%).

Demanda turística

- Galicia rexistrou en 2013 un incremento da cifra de **viaxeiros aloxados nos establecementos hoteleiros**, superando nun **4,9%** o acadado en 2012, e chegando a máis de **3,37 millóns** no total. Neste contexto Galicia sitúase como a **segunda comunidade do Estado** con maior crecemento da cifra de viaxeiros aloxados.
- Soben tamén as **pernoctacións hoteleiras** aínda que con menor intensidade -un **1,9%** en particular-, rexistrando preto de **6,77 millóns**. En relación coas comunidades do seu contorno Galicia presenta mellor comportamento que o observado en Castela e León, Asturias e o País Vasco.
- O incremento da demanda prodúcese basicamente polo **bo comportamento do turismo internacional**. O **gasto total medio dos turistas estranxeiros** que visitan Galicia foise incrementando no período entre o 2004, que foi de **72,29 €**, e o 2013, que chegou ata os **99,76 €**. Isto supuxo un **incremento total do gasto do turismo estranxeiro** nun **3,0 %** entre 2012 e 2013, pasando de máis de 710 M€ ata os máis de **733 M€** en 2013.
- Pola contra maniféstase unha **contracción no investimento en novas instalacións e equipamentos das empresas turísticas galegas**, derivado da necesidade das empresas por reducir custes para manter marxes e de acordo coas restricións crediticias neste escenario de crise financeira e económica global. No ano 2010 as empresas turísticas galegas investiron un 2,6% menos que en 2009, ata acadar unha cifra de 1.002 millóns de euros.
- Por outra banda a actividade turística **achegou en 2010 o 10,6% do total da recadación tributaria** que se obtén en Galicia e que se concretou na xeración de 904 millóns de euros de ingresos para as administracións públicas, entre impostos directos e indirectos.

O sector das novas tecnoloxías

- A Administración pública galega ten o sector das novas tecnoloxías coma estratéxico para a recuperación económica. Neste contexto ten por marco de referencia a **2014.gal Axenda Dixital de Galicia** que debe plasmar o potencial social e económico das TIC coma peza chave que axude a converter a economía actual nunha economía intelixente, sustentable e integradora, cun alto nivel de emprego, cohesión social e territorial no horizonte de 2014.
- Dende o punto de vista empresarial o número de empresas TIC en Galicia ascende a **1.976 empresas** que, en conxunto, teñen unha facturación de **2.200 millóns de euros** contribuindo en máis do **2% do PIB** de Galicia. O número de empregados que mobilizan é de 15.873, o que representa o 1,57% da poboación ocupada galega.



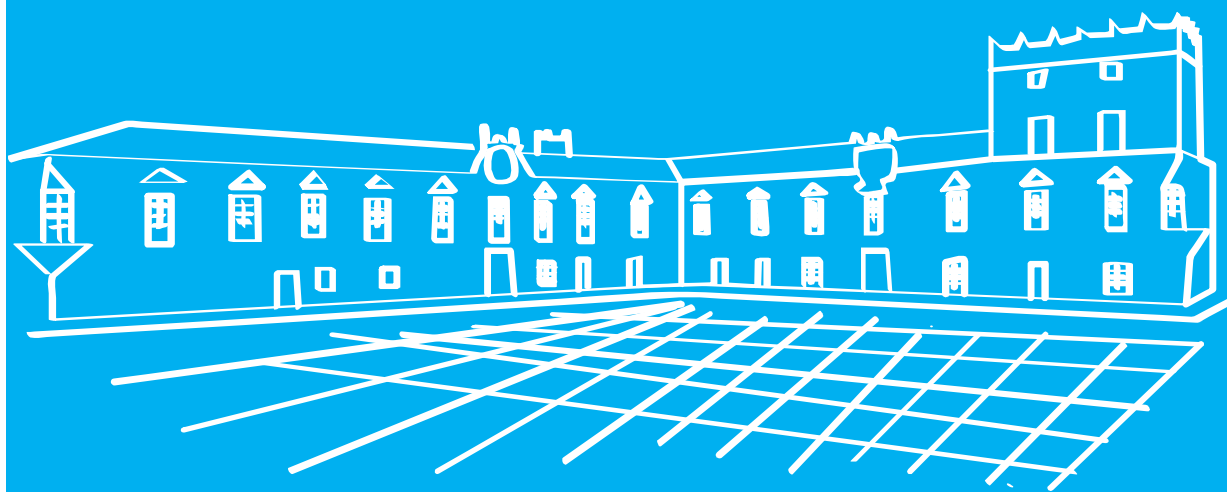
O gasto público vinculado con programas e actividades dirixidas a promover e facilitar a actividade turística ou a dar resposta ás necesidades dos turistas segue desempeñando un importante papel como dinamizador do PIB turístico en Galicia.



O sector TIC galego está composto de 1.976 en 2012 empresas o que supuxo un incremento do 4,2% respecto a 2011.

Situación de partida

02



debilidades
amenazas

fortalezas
oportunidades



Situación de partida_DAFO

Debilidades

- **O sector empresarial e profesional está fortemente atomizado e disperso**, de forma que as iniciativas innovadoras e tecnolóxicas responden, frecuentemente, a esforzos individuais.
- **A tendencia ao localismo** xera importantes ineficiencias e ocasiona unha importante diminución da competitividade no sector ao duplicar esforzos e investimentos, moitas veces en produtos tecnolóxicos semellantes.
- **A marca turística “galicia” é recente** e aínda está pouco consolidada, sendo descoñecida a nivel internacional e nos mercados emerxentes.
- **O número de visitantes ao portal do turismo de fora de España é moi baixo**: case o 90% son usuarios están localizados nalgunha Comunidade Autónoma española.
- **Existen importantes carencias no eido das infraestruturas tecnolóxicas** en todos os niveis do sector, empresarial e público, o que provoca unha falta de cultura tecnolóxica e da innovación.
- **A oferta e comercialización de produtos e paquetes turísticos aínda é escasa** en Internet o que provoca a desconfianza no sector en canto a retorno de investimento neste eido.
- As **fontes de datos** que deberían ofrecer un servizo integral ao viaxeiro (transporte, información de eventos, estancias...) non están integradas nin operan de forma coordinada.
- **Reticencia e resistencia ao cambio** de introducir a tecnoloxía como ferramenta imprescindible e favorecedora da competitividade por parte de moitos dos profesionais do sector.

Debilidades

- **O mercado é, hoxe en día, global** e Internet é unha canle preferente para a promoción e comercialización, tendo o sector aínda unha escasa presenza fronte a outros países ou rexións.
- Igualmente a **competencia é cada vez máis activa** na captación de turistas con ferramentas de promoción e comercialización, fundamentalmente en destinos emerxentes moi competitivos en canto a prezo.
- Un dos destinos con **maior capacidade de competir con Galicia coma destino da España verde**, Euskadi, ten desenvolto diferentes actuacións de base tecnolóxica e innovadora: canle de TV, creación do Centro de Investigación Cooperativa en Turismo (CICTourGUNE), Comunidade Virtual do Turismo, xogos interactivos (missioneuskadi.euskadisaboreala.es)...
- **O contexto da crise e a contracción económica** non favorece o consumo de sectores relacionados co ocio e o tempo libre: uso máis limitado de Internet, redución do gasto en vacacións recorrendo a destinos máis cercanos...
- A capacidade de atracción de profesionais cualificados, a falla dunha carreira profesional axeitada ou cun adecuado recoñecemento, **non favorece o relevo xeracional** máis favorable o emprego de novas tecnoloxías.
- Imposibilidade de uso das novas tecnoloxías pola **falla na cobertura** das redes de comunicación, especialmente nos espazos rurais.



Situación de partida_DAFO

Fortalezas

- Disponibilidade dun potente **inventario dixital de recursos turísticos** organizado e estruturado con gran capacidade de evolución e explotación na creación e promoción de produtos turísticos.
- A **flexibilidade tecnolóxica actual** facilita o desenvolvemento de iniciativas a prol da singularidade turística de territorios e produtos locais con forte capacidade de atracción e comercialización.
- A existencia do Instituto de Estudos Turísticos é unha referencia na **produción e análise de datos** que favorecen a monitorización continua do sector e da súa importancia económica.

Oportunidades

- A **aposta da Xunta de Galicia polo turismo como sector tractor da economía** plasmado na creación da Axencia Galega de Turismo ou na Lei de Turismo de Galicia e o seu desenvolvemento.
- Capacidade de **mellorar a explotación do inventariado de recursos turísticos** tanto a nivel local, uso por parte de xestores de turismo local, como global, creación de produtos turísticos innovadores.
- A tecnoloxía coma **ferramenta de axuda á dinamización, participación e colaboración** dos distintos axentes do sector turístico galego e a cooperación público-privada.
- As **novas tendencias de promoción e comercialización do produto turístico** que atopan nas redes sociais ou nas ferramentas de participación un caldo de cultivo axeitado para canalizar as opinións ou reflectir as experiencias.
- O **acceso á banda larga en todo o territorio**, tanto rural coma urbano, abre importantes posibilidades na explotación da tecnoloxía coma soporte de iniciativas de comercialización para pemes e establecementos turísticos.
- A tecnoloxía ten a capacidade de permitir e favorecer a **explotación das posibilidades dos microterritorios galegos integrando a oferta turística** xunto coa oferta cultural, gastronómica, artesanal, patrimonial ...
- O **éxito das plataformas de comercialización por internet** debe ser un dos piares nos que apoiarse para a promoción e comercialización do produto turístico galego, fundamentalmente a través de metabuscadores que integren a oferta turística galega.
- A **presenza dunha importante comunidade galega no exterior** que debe ser incorporada coma prescriptora da oferta turística galega favorecida polo emprego de tecnoloxía de comunicación, difusión e colaboración.
- As **novas xeracións do sector empresarial e profesional** son proactivos, dinámicas e proclives ao emprego de ferramentas de base tecnolóxica.

Misión, visión e estratexia

03



Misión

Que a innovación e a tecnoloxía sexan os factores vertebradores e eixes da modernización do sector turístico de Galicia, xa que este é un sector con capacidade de se converter nun dos motores do desenvolvemento económico, creación de emprego e crecemento económico.



Misión, visión e estratexia

Visión

Contribuír á **modernización e competitividade do sector** a través **dunha plataforma tecnolóxica** que sexa quen de modernizar as infraestruturas da Axencia; establecer **mecanismos estables de relación, comunicación e colaboración** co sector; axudar a cumprir os obxectivos en canto á **promoción e comercialización do produto turístico**; e facilitar a **análise e toma de decisións** por parte dos xestores.

Obxectivos estratéxicos

- Afondar na **evolución do sector turístico cara un modelo máis competitivo, participativo e innovador** que motive a corresponsabilidade entre os axentes: Administración, sector empresarial e profesional e o propio viaxeiro ou turista.
- **Transformar a conceptualización do destino Galicia** adecuando e renovando as estratexias de promoción, comercialización e acollida seguindo as novas tendencias e pautas de consumo turístico de acordo coas novas ferramentas e servizos de promoción, comercialización e fidelización.
- **Aliñoar a tecnoloxía cos obxectivos estratéxicos** da Axencia nos seus labores de ordenamento, procura da calidade turística, dinamización e cooperación co sector, vertebración e equilibrio territorial, diversificación da oferta e desenvolvemento sostible.

Eixes estratéxicos de actuación

Eixe estratéxico 1.

**MODERNIZACIÓN DAS INFRAESTRUTURAS
TECNOLÓXICAS DE TURISMO DE GALICIA**

Eixe estratéxico 2.

**PROMOCIÓN, COMERCIALIZACIÓN E
FIDELIZACIÓN DOS VIAXEIROS**

Eixe estratéxico 3.

**INNOVACIÓN, COORDINACIÓN E COLABORACIÓN
PÚBLICO-PRIVADA**

Eixe estratéxico 4.

**SMARTCAMIÑO: FACENDO
INTELIXENTE O CAMIÑO**



Un dos obxectivos preferentes da plataforma tecnolóxica é a de contribuír á modernización e incremento da competitividade do sector ao mesmo tempo que favorece as relacións entre o sector e a Axencia Turismo de Galicia.



A construción da plataforma tecnolóxica artúllase ao redor de 4 eixes estratéxicos: modernización das infraestruturas tecnolóxicas, promoción turística, fomento da colaboración público-privada e o potenciamento do Camiño de Santiago.

Eixes estratéxicos

04

EIXE ESTRATÉXICO 1

Modernización das infraestruturas
tecnolóxicas de Turismo de Galicia

EIXE ESTRATÉXICO 2

Promoción, comercialización e fidelización
dos viaxeiros

EIXE ESTRATÉXICO 3

Innovación, coordinación e colaboración
público-privada

EIXE ESTRATÉXICO 4

SmartCamiño: facendo intelixente o Camiño

EIXE ESTRATÉXICO 1

Modernización das infraestruturas tecnolóxicas de Turismo de Galicia



- > *Renovación do Rexistro de Establecementos e Actividades Turísticas*
- > *Plataforma de xestión da inspección turística*
- > *Sistema de analítica do turismo*
- > *Rede de información das Oficinas de Turismo*
- > *Parametrización de servizos horizontais e corporativos*



L.1. Modernización das infraestruturas tecnolóxicas de Turismo de Galicia

Ten por obxectivo a optimización dos procesos administrativos, de xestión, información e inspección a través da dotación de ferramentas e servizos tecnolóxicos, así coma a integración con aquelas plataformas ou sistemas corporativos.

Inclúen as seguintes iniciativas:

- **Construción do repositorio único de información do recurso turístico pola fusión do Sistema de Xestión de Recursos Turísticos** (de aquí en diante, SXRT) e o **Rexistro de Establecementos e Actividades Turísticas** (de aquí en diante, REAT) garantindo a coherencia, calidade e integridade entre os datos promocionais e os administrativos.
- **Deseño, desenvolvemento e implantación dun sistema de soporte completo á inspección turística**, incluíndo a xestión do ciclo completo da inspección, dende a súa planificación, asistencia durante proceso, e tramitación, se corresponde, das infraccións e sancións.
- **Construción dun sistema de análise do sector**, que, partindo dos actuais servizos e ferramentas, favorezan e optimicen a difusión de indicadores e información obxectiva para axudar os diferentes responsables á toma de decisións.
- **Deseño e desenvolvemento dun sistema de información para a Rede de Oficinas de Turismo**, baseado na explotación da plataforma colaborativa e que estará orientado a ofrecer información de calidade ao turista independentemente da Oficina á que acuda e da cuestión sobre a que requira información.
- **Explotación e parametrización das plataformas e sistemas corporativos**, que xa forman parte das infraestruturas da Amtega, e que permiten un importante aforro de custes ao mesmo tempo que garanten as posibilidades de intercambio de información e datos entre todas elas.



Un dos obxectivos preferentes da plataforma tecnolóxica é a de contribuir á modernización e incremento da competitividade do sector ao mesmo tempo que favorece as relacións entre o sector e a Axencia Turismo de Galicia.

EIXE ESTRATÉXICO 2

Promoción, comercialización e fidelización dos viaxeiros



- > *Desenvolvemento dun metabuscador de oferta turística*
- > *Deseño, desenvolvemento dunha plataforma profesional de comercialización*
- > *Servizos web avanzados de interacción a través do portal de turismo*
- > *Implantación dun servizo de participación e fidelización do viaxeiro*



L.2. Promoción, comercialización e fidelización dos viaxeiros

Que inclúen todas aquelas actividades que axudan a consolidar, avanzar e mellorar o posicionamento e venda de produtos que compoñen a oferta turística de Galicia coma destino turístico.

Inclúen as seguintes iniciativas:

- O **desenvolvemento e implantación dun metabuscador** considérase unha solución acaída para a publicación de oferta de comercialización por parte de Turismo de Galicia. Trataríase dunha ferramenta que é capaz de rastrexar distintos portais para, posteriormente, capturar produtos e paquetes turísticos e presentar, a través do portal do turismo, información das distintas ofertas que o sector galego do aloxamento, restauración ..., publica neses portais de referencia.
- **Desenvolvemento de servizos de promoción do produto turístico**, con servizos de soporte que favorezan ou permitan a evolución da promoción do produto turístico de acordo coa estratexia marcada pola Axencia:
 - > Desenvolvemento de **servizos web avanzados**, con integración con plataformas de rede social, novos servizos interactivos, navegación por mapa, novos sistemas de navegación ...
 - > **Plataforma de participación e fidelización do usuario**: concursos, enquisas, promocións personalizadas
 - > Servizo orientado tanto a usuarios internos (poboación galega) coma de visitantes, en **accións que fomenten a súa participación** en actividades.
 - > **Plataforma será multifuncional e capaz de abarcar distintas tipoloxías de actividades de participación**: tanto aquelas de recollida de información (por exemplo, enquisas) coma de obtención dunha recompensa (por exemplo, concursos)
 - > En última instancia poderá ofrecer **ofertas ou promocións individualizadas**.
- **Desenvolvemento dunha plataforma profesional de comercialización**, baseada na comercialización de paquetes turísticos por parte de axencias de turismo e que debería integrar o seu ciclo completo: dende a publicación de información detallada ata a reserva ou compra en liña dun paquete turístico por parte dun usuario.



As novas tecnoloxías e Internet están permitindo ter acceso a un número de potenciais viaxeiros coma nunca na historia. Galicia debe ser quen de aproveitálas para conseguir atraer novos visitantes e fidelizar aos que xa nos visitaron.

EIXE ESTRATÉXICO 3

Innovación, coordinación e colaboración público-privada



- > *Extranet sectorial e profesional*
- > *Laboratorio de innovación turística*
- > *Plataforma eLearning*
- > *Plataforma colaborativa*



L.3. Innovación, coordinación e colaboración público-privada

Que ten por obxectivo a incentivación da innovación e da cooperación público-privada como ferramenta para a mellora de xestión e promoción do destino, así coma a ampliar a cadea de valor e a influencia do turismo na economía ao incorporaren novos produtos e servizos.

Inclúense as seguintes actividades:

- **Extranet sectorial e profesional**, trátase dun frontal de relación entre as diferentes tipoloxías de usuarios (profesionais da Axencia nos seus diferentes perfís, profesionais e empresarios do sector, investigadores, profesionais doutras Administracións ...) e os servizos globais da plataforma (SXRT/REAT, Inspección, servizos web, plataforma colaborativa ...)
- **Laboratorio de Innovación Turística**, plataforma web para a publicación e posta á disposición do sector de turismo de ferramentas (de xestión, apps de promoción ...), documentación (metodoloxías, modelos, coñecemento ...) e todo aquilo que a Administración ou o propio sector vaia desenvolvendo para a mellora do turismo. Tamén se poderán incluír outras ferramentas doutras CC.AA. ou países.
- **Plataforma eLearning**, para aproveitar a cada vez máis importante necesidade de formación continua na empresa e, con elo, acadar profesionais máis cualificados nun contexto de forte dispersión e atomización sectorial. Para a execución desta iniciativa habilitarase unha plataforma tecnolóxica de comunicación para realizar a formación a través de Internet no que o alumno só requirirá dun dispositivo conectado a Internet para poder participar.
- **Plataforma colaborativa**, ou sistema web que permita a mellora da relación y comunicación entre todos os axentes do sector do turismo, tanto da Axencia (ou outros departamentos ou administracións) coma do sector privado (empresarios e profesionais). Os seus servizos estarán dispoñibles a través da Extranet profesional.



A colaboración público-privada é unha das claves para aproveitar as sinerxias dos investimentos duns e outros, ao mesmo tempo que se garante a máxima calidade nos servizos turísticos e na atención aos viaxeiros por parte dos profesionais do sector.

EIXE ESTRATÉXICO 4

SmartCamiño: Facendo intelixente o Camiño



- > *Desenvolvemento dunha ontoloxía de datos e implantación dunha plataforma de sensores e de interconexión*
- > *Director Comercial Virtual e Marketplace*
- > *Sistema de información xeográfica e analítica*
- > *Aplicacións móbiles e servizos de navegación por mapa (realidade aumentada)*



L.4. SmartCamiño: Facendo intelixente o Camiño

Que ten por obxectivo ofrecer a mellor asistencia e facilitar a experiencia do viaxeiro (peregrino ou turista) mediante a explotación dos servizos tecnolóxicos máis avanzados a respecto do Camiño de Santiago, que é o produto diferencial de Galicia coma destino turístico que non existe en ningún outro lugar do mundo.

Inclúense as seguintes actuacións:

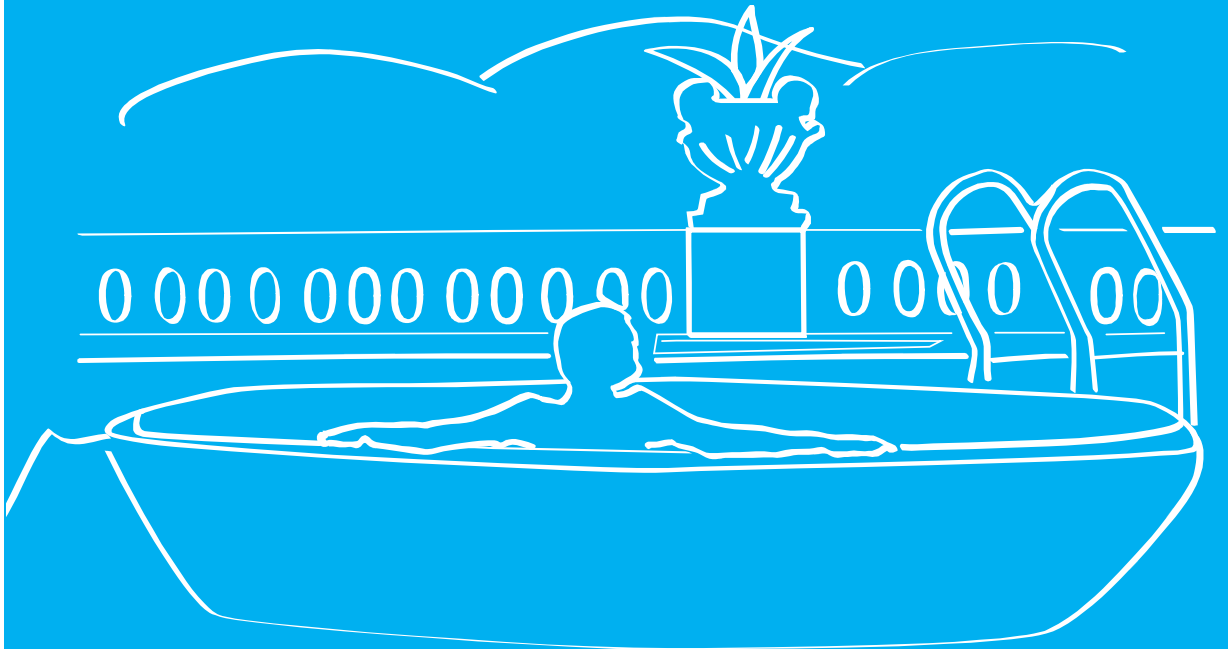
- **Plataforma de sensores, interconexión e ontoloxía de datos**, encargada da captura, ordenamento e categorización de datos en tempo real de múltiples ámbitos:
 - > Datos e parámetros físicos (temperatura, humidade, exposición solar ...)
 - > Fluxos de visitantes e eventos
 - > Ofertas comerciais
 - > Alertas e avisos ...
- **Director Comercial Virtual e Marketplace**, que integra os servizos de información e comercialización para o peregrino. Estaría baseado nun sistema experto dotado dun motor de inferencia lóxica avanzada, para a xestión de notificacións personalizadas e xestión de asignación intelixente do cidadán/turista a distintos grupos en función da súa resposta.
- **Sistema de información xeográfica e analítica**, orientado a ofrecer servizos nun contorno de visualización avanzada do territorio que permita xestionar datos ligados a diferentes aspectos e vertentes do ámbito do turismo. É a base sobre a que se poden construír servizos avanzados para o turista e/ou xestor de turismo.
- **Rede wifi nos albergues públicos do Camiño de Santiago.**
- **Aplicacións móbiles e servizos de navegación por mapa (realidade aumentada)**, para que achegue funcionalidades completas para contornos de mobilidade e enfocados ao peregrino e turista e permita ao usuario acceso a estes contornos de visualización dende múltiples dispositivos sendo os *smartphones* e *tablets* dúas pezas fundamentais como contornos de desenvolvemento.
- **Obtención da Compostela a través de medios dixitais** así coma o rexistro electrónico nos distintos puntos do Camiño.
- **Aplicacións baseadas no uso de códigos QR** para descargar información de interese e identificar diferentes servizos ou contidos



O Camiño é o produto turístico singular e universal de Galicia polo que debe ser o referente como destino e experiencia intelixente grazas ao emprego das máis novidasas ferramentas de base tecnolóxica.

Investimentos estimados

05



Investimentos estimados

L.1. Modernización das infraestruturas tecnolóxicas de Turismo de Galicia	2,850,000 €
L.2. Promoción, comercialización e fidelización dos viaxeiros	2.450.000 €
L.3. Innovación, coordinación e colaboración público-privada	1.800.000 €
L.4. SmartCamiño: Facendo intelixente o Camiño	3,100.000 €
TOTAL	10.200.000 €