

# Caso de Éxito **DinyTRACK**



Diputación de Gipuzkoa. Area de Turismo

## PROYECTO: Conteo y tracking de personas en puntos de interés de Gipuzkoa

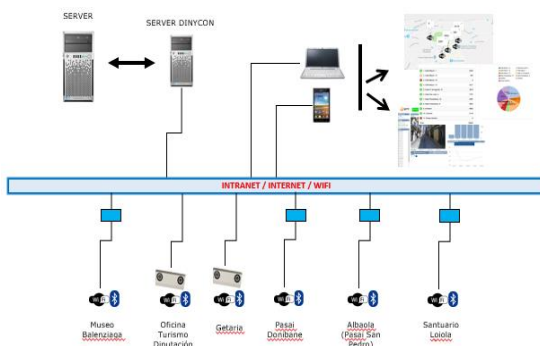
Un objetivo del área de **Turismo de la Diputación Gipuzkoa**, es distribuir el importante flujo de turistas que atrae la capital, Donostia-San Sebastián, a **otros lugares de atractivo turístico** en la provincia, con sus recursos paisajísticos de playa y montaña, sus **Monumentos y Museos** y por supuesto, su **gastronomía**, reconocida a nivel mundial. La Diputación cuenta con una oficina de Turismo en la capital, a través de la cual, los medios de comunicación y diferentes campañas, trata de acercar al visitante esos bellos lugares de la provincia. **Para medir este impacto de afluencia, no se dispone actualmente de datos fiables**; se utilizan diferentes métricas, como el número de pernoctaciones, billetes de avión, etc.; se acaban de incorporar nuevas fuentes, como los **consumos de las tarjetas de crédito** en establecimientos, **datos de las operadoras de las ubicaciones de teléfonos móviles**, pero sigue faltando una **información más precisa de afluencia** a estos destinos y las **rutras que hace el turista en sus visitas y su procedencia**. Esta información permitiría a Diputación lanzar **de forma más eficiente** sus campañas de promoción.



PASAJES DE SAN JUAN

## PROYECTO REALIZADO

**DINYCON**



El proyecto se realizó en colaboración con **Tecnalia**.

Con el fin de recoger datos de afluencia a alguno de los puntos más representativos y las rutras de mayor interés, hicimos el siguiente despliegue:

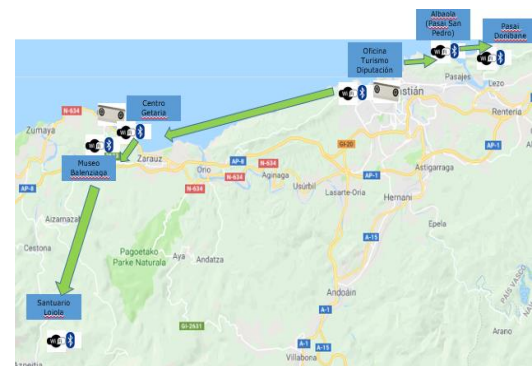
**Conteo:** Oficina de Turismo en Donostia y calle Mayor de Getaria

**Tracking:** En los puntos anteriores y adicionalmente en Pasajes de San Juan, Museo Albaola, Museo Balenziaga y Monasterio de Loiola.

Los datos de tracking se recogen a través de **receptores WIFI/Bluetooth** que capturan estas señales emitidas por los teléfonos móviles; esta señal es **única y anónima**; si una persona pasa por dos puntos de tracking sabremos su **ruta y el tiempo empleado en ella**

## VENTAJAS Y BENEFICIOS

- Datos **precisos de conteo de personas** en Oficina de Turismo y otros lugares
- **Rutras más habituales** y tiempos empleados
- **Procedencia de los visitantes** (piloto)
- **Previsión de ocupación por franjas horarias** y días
- **Medición del impacto de una campaña**



“La información que se nos ha facilitado el sistema nos permite dirigir nuestras campañas de promoción turística a orígenes en los que hemos detectado un mayor potencial de consumo; también medir la distribución del turismo en el Territorio y con ello potenciar determinadas actuaciones”, Prensa Diputación de Gipuzkoa