BASQUE TOUR

turismoaren
euskal agentzia
agencia vasca
de turismo

ESI European Software Institute tecnalia

Euskal Autonomia Erkidegoko turismo sektorearen digitalizazio txostena

ESI-2009-85.0252.0/V1.0

2009ko azaroa

Euskal Autonomia Erkidegoko turismo sektorearen digitalizazio txostena

ESI-2009-85.0252.0/V1.0
2009ko azaroa

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, transmitted in any form, or stored in a retrieval system, or by any means, mechanical, photographic, electrical, electronic, or otherwise without the express permission of the copyright owners.

© European Software Institute 2009
Printed in Spain

AURKIBIDEA

1. HITZAURREA 3
2. AURREKARIAK ETA EGUNGO TESTUINGURUA 4
   2.1 Bilakaera historikoa 4
   2.2 IKTen egoera nazioarteko turismo sektorean 5
   2.3 IKTen egoera Espainiako turismo sektorean 8
   2.4 IKTen egoera Euskal Autonomia Erkidegoan 10
      2.4.1 Ikuspegi orokorra 10
      2.4.2 Turismo sektorea 12
   2.5 IKTen joera orokorrak turismo sektorean 16
      2.5.1 Enpresaren negozioaren kudeaketa eta horri lotutako prozesuak 17
      2.5.2 Produktuak eta zerbitzuak merkaturatzeko kanal berriak 19
         2.5.2.1 Kontsumitzaileen ohitura berriak 21
         2.5.2.2 Zenbait zifra 22
         2.5.2.3 Oraingo eta etorkizunerako joerak Interneten 22
3. LAGINARI BURUZKO DATU OROKORRAK 25
4. AZTERKETA DIAGNOSTIKOAREN EMAITZAK 27
   4.1 1. maila: Oinarrizkoa 28
      4.1.1 Ikuspegi orokorra 29
      4.1.2 Indarguneak 30
      4.1.3 Ahulguneak 30
   4.2 2. maila: Konektibitatea 31
      4.2.1 Ikuspegi orokorra 32
      4.2.2 Indarguneak 32
      4.2.3 Ahulguneak 33
   4.3 3. maila: Ikusgaitasuna 35
      4.3.1 Ikuspegi orokorra 36
      4.3.2 Indarguneak 36
      4.3.3 Ahulguneak 37
   4.4 4. maila: Integrazioa 38
      4.4.1 Ikuspegi orokorra 39
   4.5 5. maila: Elkarreragingarritasuna 41
      4.5.1 Ikuspegi orokorra 41
5. ONDORIOAK 43
6. GOMENDIOAK 48
   6.1 Arloz arloko azterketa 48
      6.1.1 Sistemen eta Teknologiaren alorra 48
      6.1.2 Negozioaren eta Prozesuen alorra 49

6.1.3 Produktuen eta Zerbitzuen alorra 51
6.1.4 Segurtasun alorra 52
7. I. ERANSKINA: WEB EREMUAN EGOTEARI BURUZKO GALDEKETA GEHIGARRIA 54
8. III. ERANSKINA: ERABILITAKO BIBLIOGRAFIA 56

1. HITZAURREA

BasqueTour Turismoaren Euskal Agentzia (Eusko Jaurlaritzaren Turismo Zuzendaritzaren sozietate publikoa) EAEko turismo sektorea digitalizatzeko egitasmo estrategiko bat garatzen ari da, ESI-Tecnalia erakundearekin elkarlanean.

Plan estrategiko hau garatu ahal izateko, ostatu zerbitzuen sektorearen azterketa diagnostiko bat egin da Euskal Autonomia Erkidegoko hotelen eta ostatuen artean. Ikerketa hori egin baino lehen, aurretiko fase bat burutu da, non Euskal Autonomia Erkidegoko ostatu zerbitzuen sektorearekin (hotelak eta ostatuak) elkarrizketa telefoniko labur batzuk egin diren, etxe bakoitzak teknologia berriei ematen dien erabilera mailaren ikuspegi orokorra jasotzeko.

Aurretiko faseko datuak aztertu ondoren, baiezkoa eman zuten hotelekin eta ostatuekin ausazko lagin bat eratu zen, eta ekimen honen bigarren faseari ekin zitzaion. Bigarren fase horretan, 60 hotel eta ostatu bisitatu dira, bertara joanda.

Bisita horien bitartez, bi emaitza lortu dira:

– Hotel edo ostatu bakoitzarentzat neurrira egindako doako diagnostiko bat eskaintzea; bertan, ostatu zerbitzuen kudeaketa prozesuetan teknologiak duen erabileraren diagnostikoa egiten da, eta hobekuntza plan zehatz bat gomendatzen, teknologia berrien erabilerari buruz, produktibitatea hobetzeko helburuarekin.

– Sektorearen diagnostiko bat finkatzea; horrela, sektorea lehiakorragoa egiten lagunduko duten ekimenak garatuko dira, plan estrategiko orokor baten bidez.

Plan estrategiko horren garapena sektoreko 60 enpresen ebaluazioan oinarritzen da, eta ESI-k (European Software Institute) garatutako “Optima” (Heldutasun Digitalaren Eredua) metodologiari jarraituta egin da ebaluazioa. Aukeratutako enpresak Ostatu zerbitzuen sektorekoak dira, zehazki 3 izarrerainoko Ostatuen eta Hotelen multzokoak.

Optima ereduaren helburua oso zehatza da: enpresa bateko negozio prozesuen heldutasun digitalaren maila ebaluatzea. Hura aplikatuta, enpresa bakoitzaren neurrira egindako hobekuntza plan bat eskuratzen da, eta, berari esker, enpresak bere oraingo digitalizazio egoera ezagut dezake; gainera, bere negozio prozesuetan IKT teknologiak (Informazio eta Komunikazio Teknologiak) txertatzeko eta, horrela, sektorearen lehiakortasuna hobetzeko egin behar dituen urratsak jakin ditzake.

2. AURREKARIAK ETA EGUNGO TESTUINGURUA

Zalantzarik gabe, Informazio eta Komunikazio Teknologien (IKT) erabilera egokiak eragin handia du eskualde edo sektore batek hazkunde ekonomikorako daukan potentzialean.

Beste sektore batzuk bezala, turismoa ere ez da eragin horretatik kanpo. Eta, hain zuzen ere, azken urteetan sektore honexek izan du eraldaketarik handiena, IKTen erabilera intentsiboari esker. Profesionalengandik hasita, eraldaketa azken kontsumitzailearenganaino ere iritsi da azkenean, hori jadanik aktore bat gehiago bilakatu baita bidaien salmenta prozesuan.

Jarduera guztietan mailaka-mailaka teknologia berriak ezartzeak goitik behera aldatu du sektorea, eta aldaketak negozio turistikoaren katearen maila guztiak ukitu ditu: sustapena, merkaturatzea, zerbitzuak ematea, kontsumo ohiturak, logela bilatzea eta erreserbatzea, inbentarioen eta ekipajeen kudeaketa, etab.

Ukaezina da: gaur egun ezin da ulertu turismoaren sektorea, IKTrik gabe.

2.1 Bilakaera historikoa

Azken 30 urteotan zehar, turismoaren industriak hiru aldaketa garrantzitsu bizi izan ditu IKTei dagokienez:

- 70eko hamarkadan, ordenagailuetan oinarritutako erreserba sistemak (CRS - Computer Reservation System) sartu ziren.
- 80ko hamarkadaren hondarrean, hegaldiak erreserbatzeko banaketa sistema globalak (GDS - Global Distribution System) ezarri ziren.
- 90ko hamarkadaren erditik aurrera, azkeneko iraultza gertatu da sektorean: Interneten erabilera.

Horren guztiaren ondorioz, turismoaren sektorea e-Ekonomia delakoan sartu da, eta horrek zenbait aldaketa dakartza berekin turismoaren merkatuaren egituran eta antolaketan: negozio profil berriak agertu dira, erosteko edo saltzeko modu berriak, etab. Horiek horrela, beren lehiakortasuna handitzeko aukera berriak sortzen zaizkie enpresei, bereziki enpresa txikiei eta ertainei.

 © ESI

2.2 IKTen egoera nazioarteko turismo sektorean

Jarraian, adibide batzuk aurkezten dira, eta hauxe islatzen da horietan: zenbait herritan turismo sektoreko ETEek (Enpresa Txiki eta Ertainak) IKTei buruz duten ikuspegia. Aipatu datuak ELGEk (Ekonomia Lankidetza eta Garapenerako Erakundea) 2008an turismoko joerei eta politikei buruz egindako [1] txosten batetik hartu dira.

Australia

Hotel eta ostatu txikien kudeatzaileek aukera konplexu bat bezala ikusten dute Internet, zeina hein batean bakarrik baliatzen den.

Turismo operadoreek eta bidaia agentziek oztopo bat bezala ikusten dute Internet, balio kate globalean duten pisua handitu nahi dutenean. Izan ere, artekariak alde batera uzteko eta hornitzaileekin zuzenean aritzeko ahalmena ematen die Internetek bezeroei.

Korea

ETEak mailaka-mailaka ari dira IKTak sartzen, eta lehiakortasuna indartzeko tresna gisa ikusten dituzte.

Polonia

Hotel txiki eta ertain gehienek ez dituzten behar adina erabiltzen IKTak, oso garesti gertatzen baita IKTak aplikatzea eta lizentziak erostea.

Ondorioz, aipatu ETEek oinarrizko IKTak bakarrik erabili ohi dituzte.

Suitza

Turismo operadoreek, eta bidaia agentzia txikiek eta ertainek funtsezkotzat jotzen dute IKTak erabiltzea, beren zerbitzu hornitzaileekin konektatuta egoteko, zeren bi helburu lortzen baitira horrela: bezeroei prezioei buruzko informazio zehatza eskaintzea eta erreserbak denbora errealean egitea.

Hala ere, oraindik badira erreserba sistema horietara konektatu gabe funtzionatzen duten hotel txiki eta ertain batzuk, baina denbora gutxi barru konektatzeko nahia azaldu dute.

Honako hauek dira turismoaren sektorea teknologiara hurbiltzeko beste proiektu aipagarri batzuk:

---

[1] http://www.oecd.org/department/0,3355,en_2649_34389_1_1_1_1_1,00.html

Beauty

Beauty turismo sektoreko enpresen kudeaketa berritzeko proiektu bat da. Business Intelligence sistema batzuk ezarrita egin nahi da berrikuntza. Proiektua 2007ko urtarrilean abiatu zen, Espainiak eta Greziak batera bultzatuta.

Proiektuaren helburua oso zehatza da: hotelarien beharrak betetzeko konponbide teknologiko bat sortzea, hau da, estaldura hobetzea, eta oraingo eta etorkizuneko beharrak irudikatzea, hotelariek aurrerantzean enpresa erabaki hobeak har ditzaten.

Honako hau da azken helburua: produktua saltzen ari den lineako guneetatik bertatik konbinatzea estatistikak, kontabilitatea, erreserbak eta datuak, gero eskaintzen prezioak kalkulatzeko beharrezko parametroak eta arauak zehaztu ahal izateko.

CICO

Espainia eta Ukraina CICO proiektua garatzen ari dira 2007tik. Beraren bidez, publiko zabalari irekitako kiosko bat antolatu nahi da, bezeroekin lotuta hoteletan gehien errepikatzen diren zereginak automatizatzeko eta bizkortzeko.

Honako hauek dira zeregin horien adibide batzuk: check-in-a (erreserbaren berrespena, produktu gehiago aukeratzea, etab.), eta check-out-a (fakturen ordainketa, hegaldiak erreserbatzea, etab.)

Horrela, zerbitzuari baliorik gehitzen ez dioten lan errepikakorrak automatizatzen dira, eta langileek benetan garrantzitsua den hartan jar dezakete arreta: bezeroarengan.

Gainera, bezeroak agudo eta alferrikako itxaronaldirik gabe egin ditzake zeregin automatizatu horiek.

Gainera, turismo sektoreko beste jarduera batzuetan ere erabili nahi dira, hala nola hegaldietan bidaiarien check-in-a egiteko, etab.

Interoperability B2B

Errusiak eta Espainiak garatu dute proiektu hori, eta, beraren bidez, B2B zerbitzuen plataforma bat eratu nahi da, bidaia agentzien artean negozio dokumentuak trukatzeko, betiere beharrezko segurtasun neurri guztiak barne direla.

Sinadura elektronikoaren erabileran oinarritzen da informazioaren trukea, komunikazio guztien benetakotasuna, konfidentzialtasuna eta osotasuna, eta haiei uko ez egitea bermatzeko.

 © ESI

Modu horretan, transakzio guztietan berme tekniko eta legal handienak izango dituen plataforma batean oinarritutako transakzio elektronikoak ahalbidetuko dira.

AGAMEMNON

AGAMEMNON Europako Batzordearen 6. esparru programaren barruan sortutako proiektu bat da, eta 2004an jarri zen abian.

Proiektuak helburu zehatz bat du: terminal mugikorretarako aplikazioak garatzea, eta aplikazio horiek lineako gida baten funtzioa egingo dute, turistek toki arkeologikoak eta museoak bisitatzen dituztenean.

Modu horretan, bisitariek monumentu edo leku interesgarriei buruzko informazio pertsonalizatua jaso dezakete beren telefono mugikorrean, eta ibilbide pertsonalizatuak sor daitezke horrela, erabiltzailearen lehentasunen edo denbora erabilgarriaren arabera.

Prointur

Prointur proiektuaren bidez honako hau lortu nahi da: barrualdeko turismoan edo landa turismoan dihardutenen artean IKTen erabilera bultzatzea, negozioaren kudeaketa profesionalizatzeko eta okupazioa handitzeko bitarteko gisa. Honako hauek finantzatu dute, elkarrekin, proiektua: Fundetec-ek, Espainiako Industria, Turismo eta Merkataritza Ministerioak, eta Europako Batasunak.

Prointur-en bidez, zenbait zerbitzu jartzen dira profesional hauen eskura, guztiz dohainik, beren negozioen kudeaketa hobetzen eta Estatuko nahiz nazioarteko merkatuan beren lehiakortasuna handitzen lagun diezaieten.

Alde batetik, Kudeaketa Sistema Integral bat eskaintzen da, eta hark negozioaren kudeaketa (plangintza, fakturazioa, bezeroak, gastuen kontrola, polizia fitxa, etab.) egiten uzten dio jabeari; zerbitzuaren bikaintasuna bermatzen duten kalitate sistemen kontrola errazten du (Gogobetetzea Bermatzeko Sistema); ostatua kanal kopuru mugagabe batekin (turismo operadoreak, bidaia agentziak, etab.) lotzen du, Internet bidez; denbora errealean produktuaren lineako kontratazioa (haren errentagarritasuna maximizatzea) eskaintzen du; eta, gainera, estatistikak ematen ditu (lanbidea, jatorria, batez besteko gastua, etab.).

Honako hauek ere eskaintzen ditu proiektuak: tresna horiek erabiltzen eta horiei etekina ateratzen ikasteko trebakuntza, eta urruneko laguntza zerbitzu bat, gerta litezkeen ezustekoak konpontzeko.

Bestalde, Prointur-ek Web 2.0 plataforma bat ere jarriko du abian, zeinetatik Interneten egotea eskainiko zaien proiektuari atxikitako enpresa guztiei, bakoitzari buruzko banakako informazioarekin, eta Estatuko nahiz nazioarteko 1.500 turismo operadorerekin baino gehiagorekin konektatutako

erreserba sistema batekin; landa turismoarekin eta teknologia berriekin lotutako gaiei buruzko e-learning ikastaroak jarriko ditu profesional horien eskura, eta, azkenik, Prointur 2.0 Jabeen Elkartea ostatatuko du, nondik hauek egin daitezkeen: esperientziak trukatu, bezeroekin harremanetan jarri, turismoko eta IKTetako adituei kontsultak egin, sektoreko albisteak ezagutu, etab.

Kiwitrails

Zeelanda Berriak 2005ean garatutako proiektu horrek helburu hauxe zeukan: webgune on bat garatzea eta, beraren bitartez, laguntza plataforma bat eskaintzea, Ipar Uharteko ekialdeko kostaldeko turismoa eta ekonomia garatzeko.

Webgune hau plataforma baten gisa eratu da, eta espazio bat eskaintzen die Interneten eskualde hartako turismo operadore txikiei, kode irekiko formularen pean garatuta. Operadore horiek, beren gune pertsonala argitara dezakete, nahiz eta ezaguera aurreraturik ez izan, eta beharrezkotzat jotako informazio guztia gehi dezakete han.

Proiektuaren barruan, tokian tokiko tailerrak antolatzea aurreikusten da, erabiltzaileak tresnaren erabileran treba daitezen.

Ordezkari bat –normalean bertako turismo bulegoa– izendatzeko aukera ere aurreikusten da, eta ordezkari horrek erreserbak jaso ahal izango ditu dagokion negozioaren jabearen izenean. Horri esker, Interneten aukerez baliatzeko bidea eskaintze zaie guztiei, are Internetik edo ordenagailurik ez duten negozioei ere.

2.3 IKTen egoera Espainiako turismo sektorean

ELGEk 2008an egindako eta aurreko puntuan aipatu den txostenean, honako hau ere jasotzen da: zer egoera duen IKTen erabilerak Erkidego Autonomoetan, betiere Turismo sektoreko erabilerari dagokionez. Jarraian, ekimen horietako batzuk aipatzen dira, geroago sortutako beste batzuekin batera:

Andaluzia

Turismo operadore handiek inposatzen dute teknologia berrien erabilera, batik bat bidaia agentzietan. Hala ere, agentziek bakarrik ordaintzen dituzte sistema berri horien ezarpen kostuak, eta ahalegin handia izaten da hori haientzat.

Halaber, nabarmendu behar da ohiko dela Amadeus sistemarekin lan egitea. eta sistema horrek bere gain hartzen ditu bere IKT aplikazioen mantentze kostuak.

Balear Uharteak

Bidaia agentzien sektoreak lehiakide gogor bat bezala ikusten du Internet.

Hala ere, eskaintza hedatzera eta hobetzera dago orientatuta berrikuntza, eta informazio sistema berriak eta Internet lagungarri gerta daitezke prozesu horretan.

Katalunia

Kataluniako Generalitateak "Egin zaitez Kataluniaren fan" kanpaina abiarazi du, behe denboraldian turismoa erakartzeko. Honako web orri honetan HazteFanDeCatalunya.com dohainik erregistratuta, doako 24 asteburu zozkatzen dira bi lagunentzat, orrian erregistratu diren guztien artean. Gainera, beste zozketa bat egiten da, edukien –argazkiak, kronikak, etab.–, ekarpena eginez webgunean gehien parte hartzen dutenen artean.

Ekimen horri esker, eragin publizitario argi bat lortzen da, Kataluniari buruzko mezu positibo batekin, eta, gainera, sektorea dinamizatzen da, behe denboraldian turismoa suspertzen dela, eta bisitariaren parte-hartzea –webgunean edukiak jarriz– sustatzen dela; guztia ere web 2.0 espirituarekin bat, non web orri baten bisitariak berak gehitzen baititu eduki pertsonalizatuak.

Madril

EsMADRID4u [2] ITH-ren (Hoteletako Institutu Teknologikoa) eta Madrilgo Udalaren arteko lankidetzaren fruitua da, eta 2007ko maiatzean abiatu zen. EsMADRID4u proiektu aitzindari bat da Europan, eta Web 2.0 filosofiaren pean dago egina. Berari esker, madrildarren beren eta bisitarien ikuspegitik ezagut daiteke hiria.

Honako hau da berritasun nagusia: gune sozial berri bat (esMADRID4u) gehitu zaio Madril hiriaren atariari (www.esmadrid.com). Gune horretan, Madril bisitatu dutenek beren esperientziak konta ditzakete, eta hiriari buruz nahiz zerbitzuei buruz dituzten iritziak parteka.

Webguneak honako aukera hauek eskaintzen dizkie erabiltzaileei: Madrili buruz dituzten iritziak partekatzea, egonaldiko argazkiak eta bideoak igotzea, eta jendea ezagutzea, hirian bizi izandako esperientziak partekatzeko.

[2] http://4u.esmadrid.com/

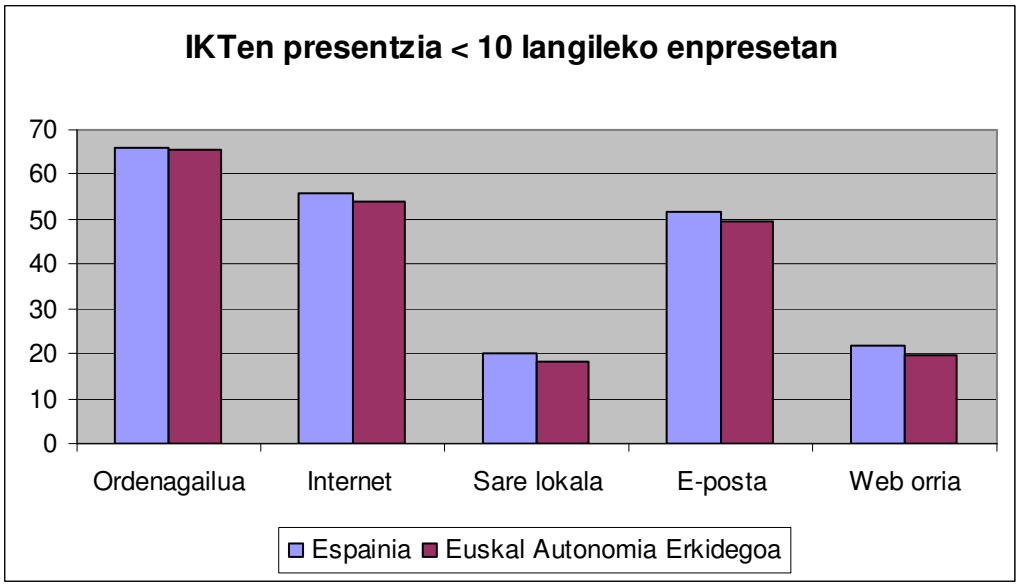
Azpimarragarria da Turismo eta Merkataritza Idazkariordetzaren PITA plana (Ostatuen Berrikuntza Teknologikoaren Plana) ere. [3] 2003 eta 2006 urteen bitartean garatu zen, eta, berari esker, 7.500dik gora ostatu turistikok beren web orria izatea lortu zuten.

2.4 IKTen egoera Euskal Autonomia Erkidegoan

2.4.1 Ikuspegi Orokorra

IKTek eta merkataritza elektronikoak enpresetan duten erabileraz INE-k (Espainiako Estatistika Institutua) egindako azken inkestaren [4] datuak aztertuta, esan daiteke IKTek EAEn duten hedapen maila apur bat apalagoa dela Estatuko batez bestekoa baino, teknologia berrien ezarpenari eta erabilpenari dagokienez.

Ondoko grafikoan, zenbait adierazle azaltzen dira; IKTen erabilera neurtzen dute, bai Estatuan, bai Euskal Autonomia Erkidegoan; nola 10 langiletik gorako enpresetan, hala 10 langiletik beherakoetan.



1

Hona hemen aurreko grafikoko datu estatistikoen konparazioa; oso antzeko maila erakusten Euskal Autonomia Erkidegoan eta gainerako Erkidego Autonomoetan, aztertutako puntu bakoitzean:

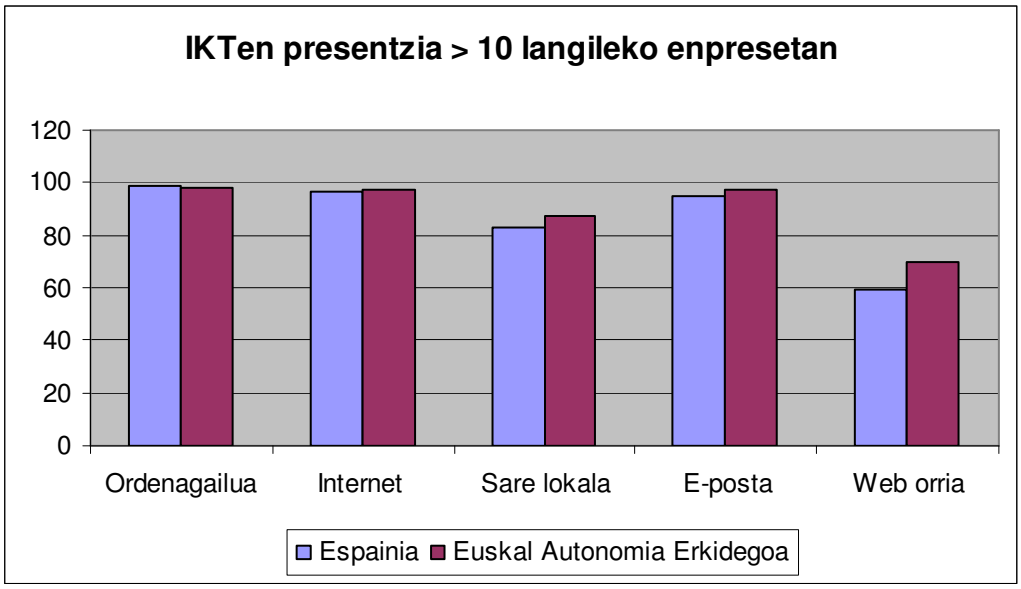
- Enpresaren instalazioetan ordenagailua edukitzea

[3] http://www.spain.info/pita
[4] http://www.ine.es/prensa/np569.pdf

- Interneterako konexioa
- Laneko sare lokala, zenbait ordenagailu eta inprimagailu konektatzen dituena
- Posta elektroniko korporatiboaren kontua
- Enpresaren web orria

	10 langile baino gutxiagoko enpresak				
	Ordenagailua	Internet	Sare lokala	E-maila	Web orria
Espainia	66,20%	55,90%	19,90%	51,70%	21,80%
Euskal Auto	65,50%	54,10%	18,50%	49,60%	19,70%

Aitzitik, datu berek, baina 10 langiletik gorako enpresetan eskuratuek postu hobea ematen diote Euskal Autonomia Erkidegoari, baina, aurreko kasuan bezala, desberdintasun handirik gabe:



Datu hori interesgarria da, zeren errealitate bat erakusten baitu tamaina txikiko enpresei dagokienez: enpresok zailtasun gehiago dituzte beren kudeaketa prozesuetan teknologia berriak modu intentsiboan txertatzeko eta erabiltzeko.

	10 langile baino GEHIAGOKO enpresak				
	Ordenagailua	Internet	Sare lokala	E-posta	Web orria
Espainia	98,6	96,2	83	94,7	58,9
Euskal Autonon	98,3	97,4	87,3	97,1	69,7

Izan ere, datu hau bat dator Eustatek argitara emandako "EAEko enpresetako IKTak" txostenarekin.[5] Txostenean ondorioztatzen denez, "*(…) 3 langiletik gorako enpresetan %71era heltzen da beren eguneroko jardueran ordenagailu pertsonala erabiltzen duten enpresen ehunekoa*; *9 langiletik gorakoetan, %97ra, eta %100era, berriz, 100 langiletik gorako enpresen kasuan. Honako hau da azterlanaren lehen ondorioetako bat: enpresaren tamainaren eta teknologia berrien erabileraren artean dagoen harreman estua, aztertzen den beste edozein alderdiren gainetik.*"

Bestalde, Eustaten web orrian [6] argitaratutako datuak aztertzen baditugu, "10 langile edo gehiago dituzten enpresek Internetera duten sarbide maila herrika eta urteka" neurtzeko, ikusten da 2008an euroguneko 27 herrialdeetan enpresen %93k Interneterako konexioa dutela, eta Euskal Autonomia Erkidegoan % 95ekoa dela portzentaje hori, hau da, Europako batez bestekoa baino %2 handiagoa. Lurraldeka, Gipuzkoa da (% 96,2) ehuneko handiena lortzen duena; hurrena, Araba (% 95) eta Bizkaia (% 94,3).

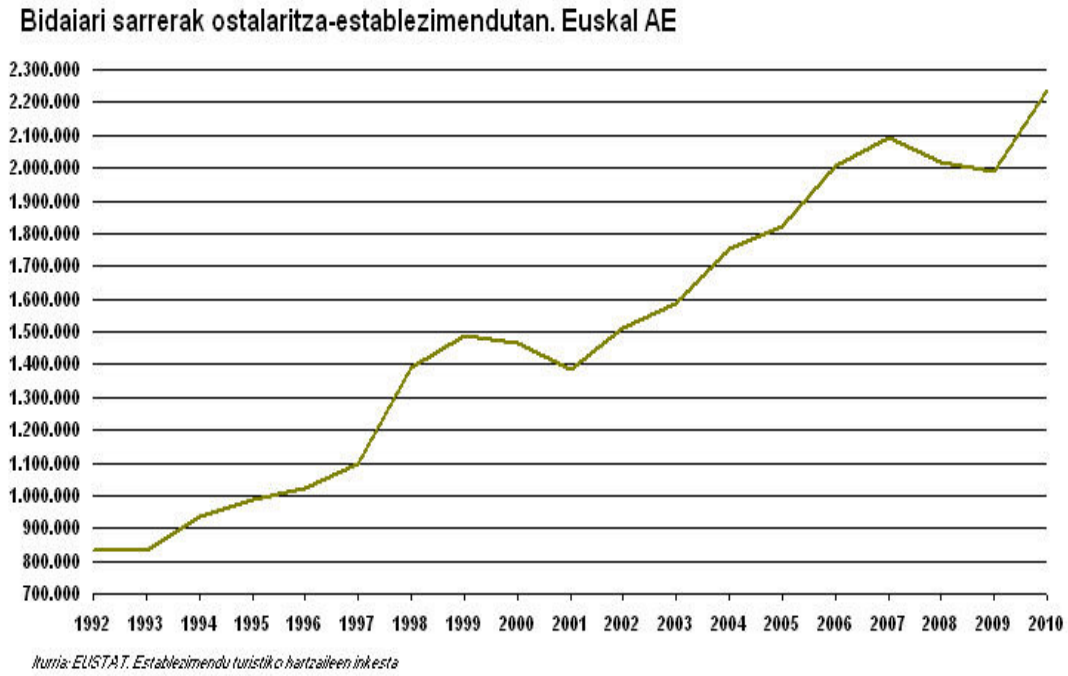
2.4.2 Turismo Sektorea

Euskal Autonomia Erkidegoko Turismo Sektorean IKTen erabilerari buruzko datu batzuk ikusi baino lehen, garrantzitsua da sektorearen gaur egungo egoera orokorra ezagutzea. Horretarako, sektorearen datu batzuk erakusten dira jarraian, Eustaten web orritik hartutakoak.

---

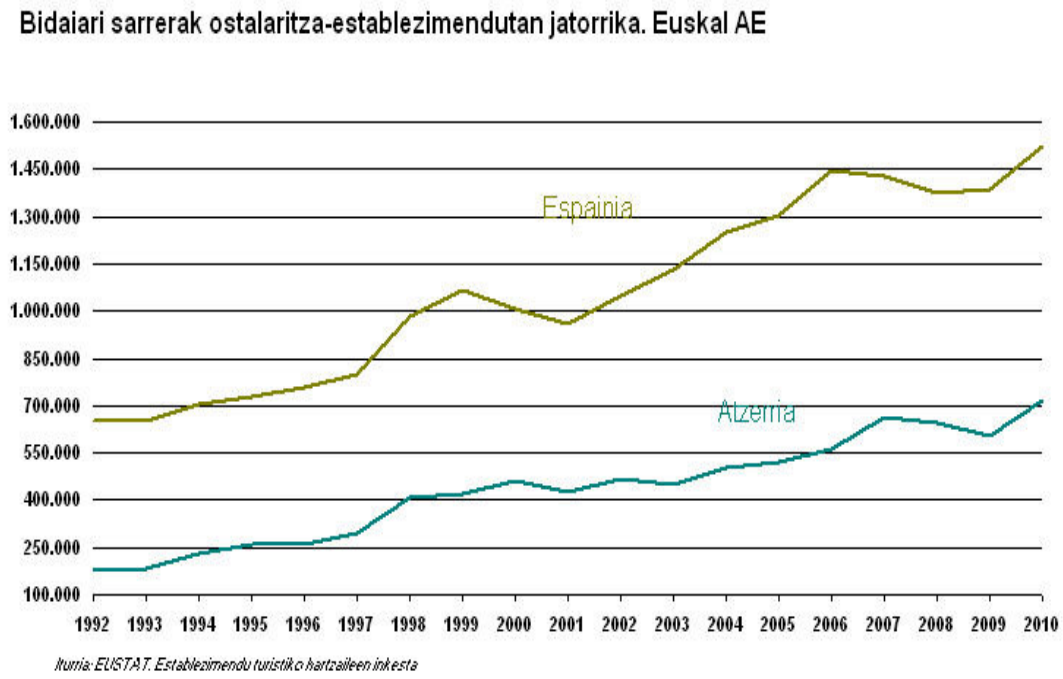
5 www.eustat.es/elementos/ele0001200/ti_La_implantacion_de_las_TIC_en_las_empresas_vascas/inf0001219_c.pdf

6 www.eustat.es/elementos/ele0003600/ti_Nivel_de_acceso_a_Internet_de_las_empresas_de_10_o_mas_empleados_1_por_pais_y_a%C3%B1o__2003-2008/tbl0003620_c.html



Lehen grafiko honetan ikus daitekeen bezala, Euskal Autonomia Erkidegoko Turismo sektorea goranzko sektore bat da. Urtez urte, sektoreak bisitari gehiago irabazten ditu, eta EAEko ekonomiaren sektore garrantzitsuenen artean kokatu da, nahiz eta 2007tik aurrera oraingo krisiaren eragina jasan duen, gainerako sektoreek bezala.

Euskal Autonomia Erkidegoa bisitatzen duen turistaren jatorria xeheki aztertuz gero, ohartzen gara turista gehiago etortzen dela Espainiatik nazioartetik baino.



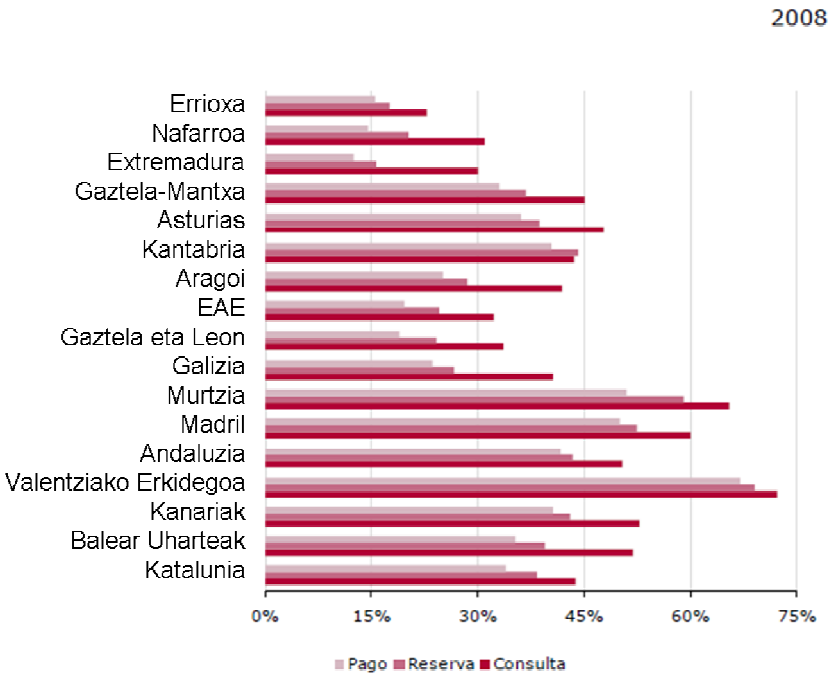
Konparatzen baditugu, taula berean, lehen erakutsitako INE-ren azkeneko inkestaren datu orokorrak, batetik, eta Eustaten datuak, bestetik, non Euskal Autonomia Erkidegoko Ostalaritza sektorearen antzeko parametroak (enpresaren web orria izan ezik) eskuratzen diren, ikusten da zailtasun gehiago daudela sektore horretan, bereziki laneko sare lokalen atalean. Hala ere, kontuan izan behar da sektoreko instalazio askotan ez dagoela 2 ordenagailu baino gehiago enpresa erabilerarako; beraz, ez da ezinbestekoa sare lokal bat edukitzea negozioa modu eraginkorrean kudeatzeko.

	10 langile baino gehiagoko enpresak				
	Ordenagailua	**Internet**	**Sare lokala**	**E-posta**	**Web orria**
Espainia	% 98,6	% 96,2	% 83,0	% 94,7	% 58,9
Euskal Autonomia Erkidegoa	% 98,3	% 97,4	% 87,3	% 97,1	% 69,7
Euskal Autonomia Erkidegoko Ostalaritza	% 90,3	% 80,0	% 16,5	% 88,1	-

Bestalde, EGATUR 2008 txostenaren [7] arabera, beren bidaiarekin lotutako eragiketaren bat egiteko Internet erabili zuten turisten ehunekoak Erkidego Autonomoka aztertuz gero, ikus daiteke Euskal Autonomia Erkidegoaren ehunekoak beste erkidego batzuenak baino apalagoak direla:

[7] http://www.iet.tourspain.es/informes/documentacion/egatur/Egatur2008.pdf

Etorritako turistak, beren autonomia erkidegoaren eta Interneten erabileraren arabera



Iturria: IET. Gastu turistikoaren inkesta (Egatur)

Datu horretatik ondorioztatzen denez, Euskal Autonomia Erkidegoak hobekuntza tarte zabala du datozen turistek teknologiaz egiten duten erabileraz, bai egindako erreserbaren lineako ordainketari dagokionez, bai erreserba bera egitean, bai informazioa kontsultatzerakoan.

Oso kontuan eduki behar da datu bat: turismoa erakartzeko antzeko ahalmena duten beste erkidego autonomo batzuek ehuneko handiagoak dituzte, hotel edo ostatu baten erreserba bat kontratatzeko orduan teknologia berriak erabiltzeari dagokionez.

Beharrezkoa da, beraz, hotelak eta ostatuak Interneten egon daitezen sustatzea, eta web orrietan eskaintzen diren zerbitzuen kopurua eta ikusgaitasuna ere handiagotzea, merkataritza elektronikoa sustatzeko eta sektoreak lineako transakzio gehiago jasotzeko.

Azkenik, sektorearen diagnostiko honen aurrekari gisa BasqueTourrek telefonoz egindako elkarrizketak azpimarratu behar dira, EAEn erregistratuta dauden 3 izarrerainoko ostatu eta hotel guztiekin egindakoak. Elkarrizketa horien bidez, teknologia berrien ezarpenaren aurretiko ikuspegi bat atera zen.

Eranskinen atalean, galdeketa kontsulta daiteke, eta elkarrizketa telefonikoetan erabili ziren puntuak ikus daitezke.

2.5 IKTen joera orokorrak turismo sektorean

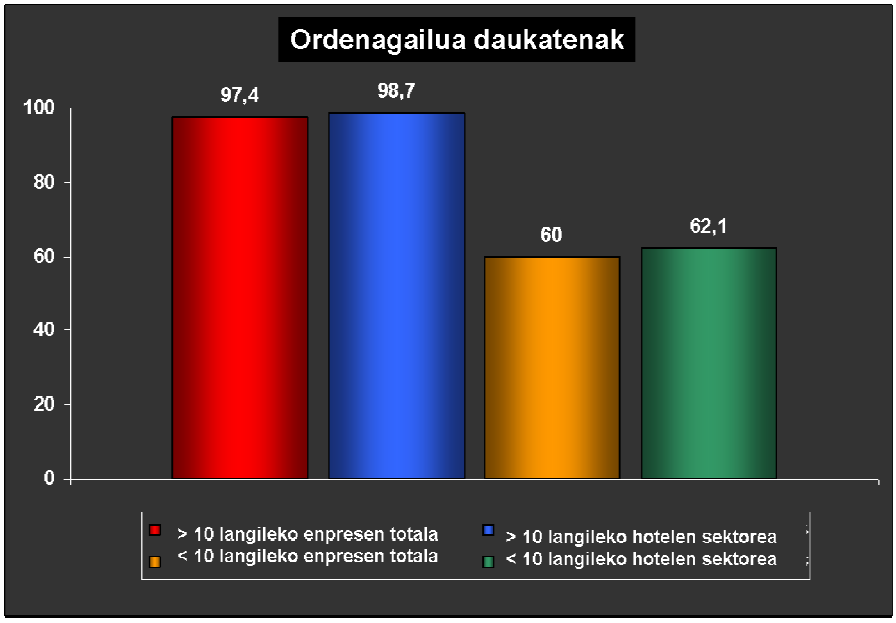
Ondorengo puntuetan, turismo sektorean negozioa kudeatzeko baliatzen diren teknologien erabileraren joera orokor nagusiak aztertuko dira.

2.5.1 Enpresaren negozioaren kudeaketa eta horri lotutako prozesuak

Hegazkin konpainiek eta turismo operadoreek teknologia berriak erabiltzeko hautua nahiko goiz egin baldin bazuten ere, gainerako eragile turistikoen kasuan erritmoa askoz geldoagoa izan da.

Normalean, gabezia hori estrategia argirik ezari, ezaguera eskasari eta baliabide erabilgarri gutxi edukitzeari lotuta egon da. Egoera hau bereziki agerikoa da enpresa txiki eta ertainen kasuan.

Ondoko grafikoan ikus daiteke, garbi asko, Estatuko enpresa handien eta txikien artean (langile kopuruaren arabera) dagoen leize sakona, ekipamendu informatikoen ezarpenari dagokionean, bai orokorrean, bai hotelen sektorean.



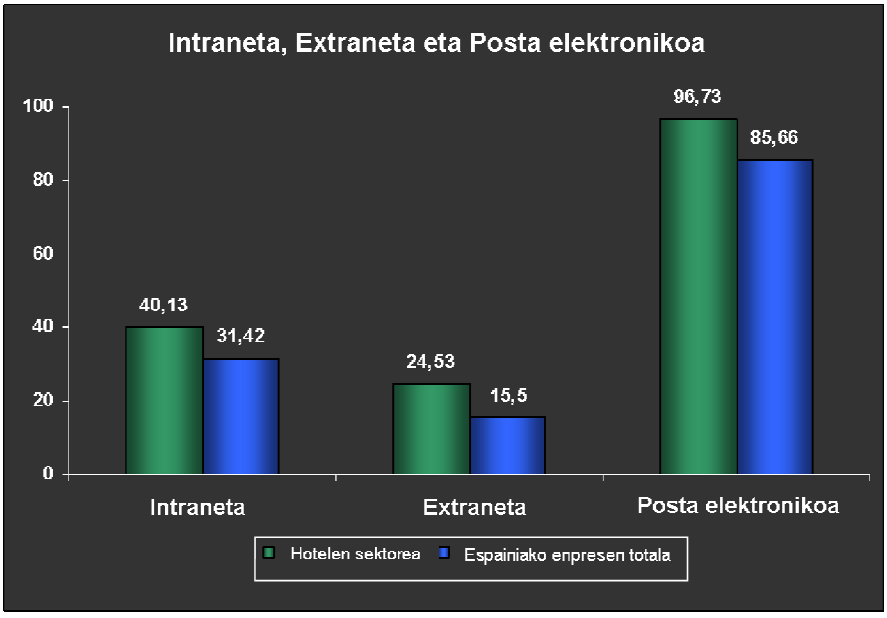
Iturria: INE 2005 inkestaren datuak

10 langiletik gorako enpresetan PCa oso hedatuta eta ezarrita baldin badago ere, 10 langile baino gutxiago dituzten enpresetan ezarpen hori askoz ere baxuagoa da.

Hala ere, eta IKTen arloan turismoaren sektoreak duen trakzio ezaugarria berretsiz, Estatu espainiarrean hotelen sektoreak sektore guztien arteko batez bestekoa baino datu hobeagoak lortzen ditu bi kasuetan.

 © ESI

Interneten lineako baliabideak (intraneta, extraneta eta posta elektronikoa) edukitzea aztertzen denean ere, joera bera berresten da, kasu guztietan enpresa guztien batez bestekoaren gainetik ageri baita turismo sektorea.



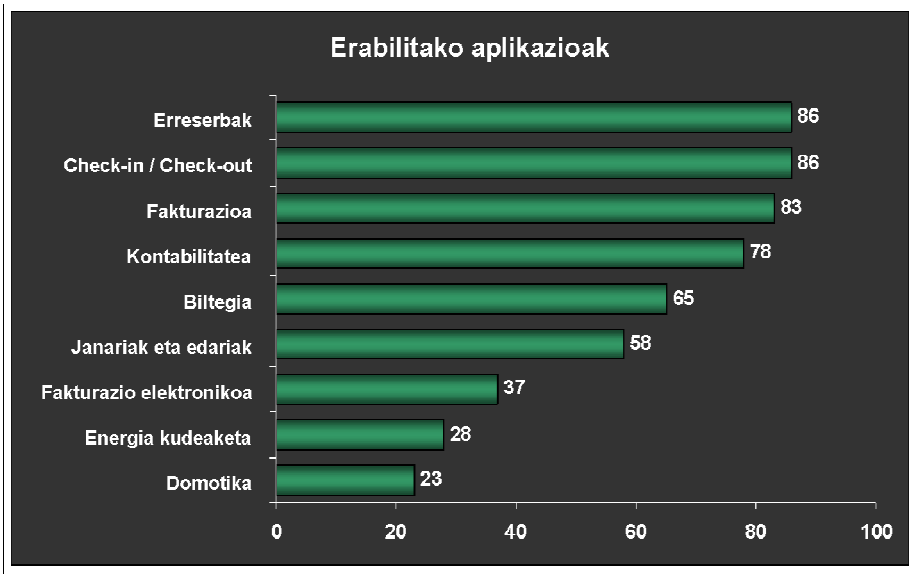
Iturria: Hotelen sektoreari aplikatutako Teknologien Tailer espainiarra. Fundetec 2006

Negozioaren kudeaketa

Beren barne kudeaketa modernizatzeko aukera eman diete IKTek ETEei. Adibidez, hotelen kasuan: erreserben kudeaketa, bezeroen eta haien beharren kudeaketa, eta baita bezero horien erreklamazioen kudeaketa ere, orain eraginkorragoa baita.

Baina modernizazio hori ez da mugatu enpresen barne kudeaketara; aitzitik, Interneten erabilerak (extraneta bezalako baliabideak sartzen dira hor) hornitzaileekin datuak (erabilgarritasunak, prezioak, etab.) sinkronizatzea ahalbidetu du, eta enpresa osagarrien arteko komunikazioa eta elkarlana hobetu da.

Hala eta guztiz ere, aplikazio informatiko mota guztiek ez dute ezarpen maila bera. Ondoren erakusten den grafikoan, Espainiako sektore turistikoan IKT soluzio mota horrek duen ezarpen portzentajea zehazten da.



Iturria: Hotelen sektoreari aplikatutako Teknologien Tailer espainiarra. Fundetec 2006

Ikus daitekeen bezala, honako hauek dute ezarpen mailarik handiena: erreserben kudeaketak, bezeroen check-in eta check-out direlakoenak, eta fakturazioarekin –eta haren kontabilitatearekin– lotutako aplikazioek.

Laburbilduz, bezeroekin egiten diren izapideen prozesu administratiboa hobetzeko joera dago. Aldiz, baliabideen (biltegia, erosketak, etab.) barne kudeaketak ezarpen txikiagoa du.

Lehen erakutsitako datuei erreparatzen bazaie, turismo sektoreko enpresen kudeaketan IKTen ezarpena indartzeko honako puntu hauek hartu behar dira kontuan:

ERP aplikazioen ezarpena

Sektoreari bereziki egokitutako ERP sistemak (hotelak kudeatzeko berariazko aplikazioak) erabil daitezke. Horri esker, enpresaren kudeaketa osoa sistema eskalagarri batean batera daiteke. Horrela, akatsak saihesten dira, eta enpresaren eguneroko kudeaketan ahalegin txikiagoa egin behar da.

Gehienek mota horretako aplikazioak erabiltzen badituzte ere, normalean hotel edo ostatuko erreserbak eta bezeroak kudeatzeko bakarrik erabiltzen dira, eta, neurri apalagoan, finantzak eta kontabilitatea kudeatzeko.

Beraz, garrantzitsua da mota horretako sistemen erabilera enpresako kudeaketa sail guztietan indartzea: TPV aplikazioen kudeaketan, giza baliabideen kudeaketan, bezeroa leial bihurtzean, biltegietan, erosketa-zentralean, kalitatean, mantentze zuzentzaile eta prebentiboan, etab.

Azpimarratu behar da garrantzitsua dela, esparru horren barruan, giza baliabideak kudeatzeko tresna teknologiko egokiak erabiltzea, zeren sektore

honetan langileak funtsezko elementu bat baitira, emandako zerbitzuaren kalitatean eragin zuzena dutelako.

Banku elektronikoak eta ordainketa pasabideak

Banku elektronikoak sarearen bidez uzten du mota guztietako banku eragiketak egiten, eta, horri esker, kudeaketa errazten da, izapideak arintzen dira, eta enpresan ohikoak diren banku eragiketen kostuak murrizten laguntzen da.

Ordainketa pasabideak erabiltzen badira, zerbitzu berriak jar daitezke bezeroen eskura, haien gogobetetze maila hobetzen dela; aldi berean, tresna horiek enpresaren barne kudeaketan txerta daitezke.

CRM tresnak

Aurrerapen handi bat izan da hoteletako eta ostatuetako kudeaketa komertzialaren eta marketinaren optimizazioan, bezeroekiko harremanen kudeaketarako aplikazioak (CRM) sartu baitira, eta hotelen kudeaketa aplikazioetan ere, mota horretako oinarrizko aplikazioak gehitu.

Tresna horien bidez, hobeto ezagut daitezke bezero mota desberdinak (bezero egiazkoak eta potentzialak, banakoak eta taldeak, etab.) eta haien portaera patroiak, eta, horrela, bezeroak kanal egokienera bidera daitezke, eta, bestalde, ostatua lehiakideetatik bereiztea lortzen da.

Ezagutzaren kudeaketa

Teknologia berriek enpresako langileen ezagutza kudeatzeko aukera interesgarria eskaintzen dute.

Langile guztien artean sortutako esperientzia, jakinduria eta ohiko praktika horiek guztiak enpresaren esku eta erabakiak hartu behar dituztenen esku jartzen badira, erakunde horrentzat errazagoa izango da ezagutza horiek bereganatzea, birziklatzea, eraldatzea eta moldatzea.

Zeregin horri sostengua emateko, enpresak sistema espezializatuak edo beste sistema orokorragoak –baina zeregin horretarako egokiak– erabil ditzake, hala nola Web 2.0 tresnak ematen dituen baliabideak (adibidez, Wikia).

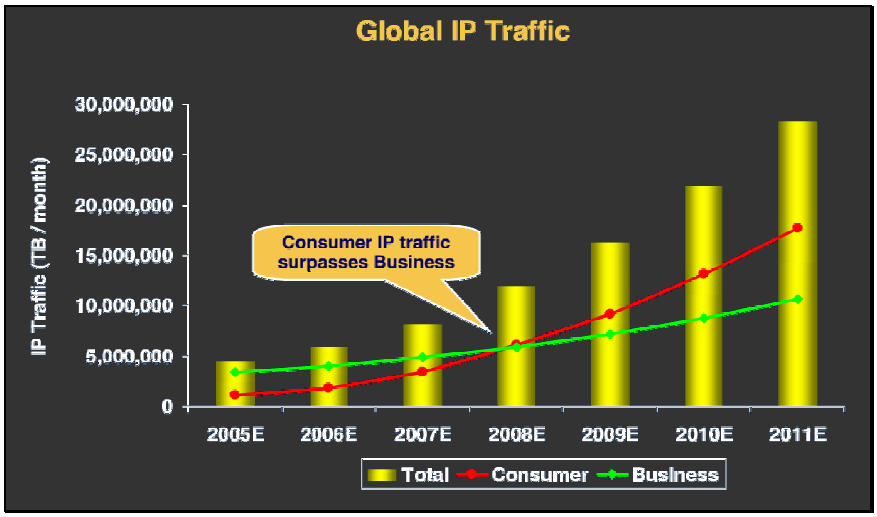
2.5.2 Produktuak eta zerbitzuak merkaturatzeko kanal berriak

80. hamarkadaren bukaeran hasi ziren IKTak erabiltzen, produktu eta zerbitzu turistikoentzat merkaturatze kanal berriak sortzeko. Izan ere, hegazkin konpainiak banaketa sistema globalak (GDS) garatzen hasi ziren, beren eskaintza bidaia agentzietara eta beren salmenta zuzeneko bulegoetara eramateko.

GDSak aitzindari izan ziren, beraz, merkataritza elektronikoko B2B konponbideak eskaintzen, nahiz eta orduan Internetik ez zegoen, eta salmentak inoiz baino azkarrago egiteko prozesu eraginkorrak ahalbidetu zituzten.

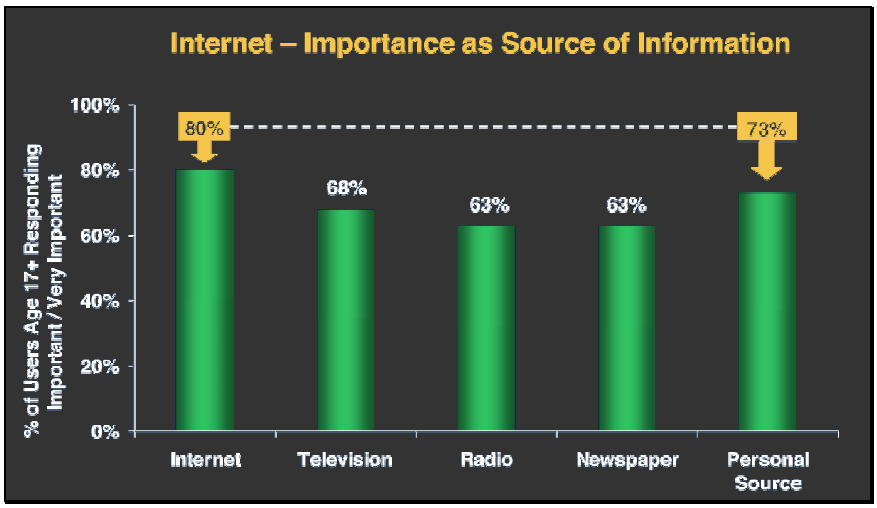
Hala ere, Interneten agerpenak ekarri du behin betiko iraultza, bezeroak informazioa jasotzen duen moduari eta produktu turistikoa kontratatzen duen moduari dagokienez.

Izan ere, ondoko grafikoetan azaltzen den bezala, joera argi bat ikusten da datozen urteetarako: Interneteko zirkulazioan, kontsumitzaileei dagokien zirkulazioa enpresei dagokiena baino nabarmen handiagoa izango da.



Iturria: Morgan Stanley Research. Cisco Systems.

Eta kontsumitzaile horiek beren informazio iturri nagusitzat daukate Internet; telebista, irratia edo egunkariak bezalako beste iturri batzuen gainetik, egia esan.



Iturria: Morgan Stanley Research. USC Annenberg School.

Interneti esker kontsumitzaileek bat-batean eskura ditzaketen informazio eta eskaintza ugariek eta desberdinek, eta, gainera, eskaintza horiek kontratatzeko kontsumitzaileei erraztasunak eta erosotasunak emateak ondorio zehatz bat izan dute: adibidez, Estatu Batuetan Internet bidez kontratatutako bidaia kopurua kanal konbentzionalen bidez kontratatutakoa baino handiagoa da, dagoeneko.

IETk (Azterketa Turistikoen Institutua[8]) bere urteroko EGATUR 2008 txostenean[9] jasotzen duenez, Espainiara bidaiatu zuten turistek (bertakoak kanpo utzita) aurreko urtean baino gehiago erabili zuten Internet, beren bidaiak egiteko: turisten % 54k Internet erabili zuen bere kontsultak, erreserbak edo ordainketak egiteko, hau da, 2007an baino % 2k gehiagok.

Gainera, 2008an, beren bidaian Internet erabili zuten turistek egindako gastu turistikoa gastu turistiko osoaren % 55 izan zen. Hau da, aurreko urtean baino % 6,6 gehiago; Internet erabili ez zuten turistek, berriz, gastu osoaren % 45 egin zuten (2007an baino % 5,5 gutxiago). Beraz, bere bidaia egiteko Internet erabiltzen duen pertsona baten gastu turistikoa % 10 handiago da, Internet erabiltzen ez duen batena baino.

2.5.2.1 Kontsumitzaileen ohitura berriak

Orain arte, kontsumitzaile askok erosten zituzten pakete turistikoek bidaia eta hotela zituzten barne, eta, gainera, beste estra batzuk –txangoak, etab.–. Orain, gero eta maizago, bidaiariek beren neurrira osatzen dituzte paketeak Interneten: gauza bakoitza bere aldetik erosten dute, eta bidaia agentzien zerbitzuak gutxiago erabiltzen dituzte. Bidaiak beren kabuz planifikatzen eta egiten dituzten, eta taldean ibiltzen ez diren bidaiariak gehiengo zabala dira dagoeneko.

Hori, berez, mehatxu edo aukera izan daiteke: paradigma berrira egokitzen ez diren enpresak merkatutik kanpo gerta daitezke, hornitzaileen eta azken kontsumitzaileen artean harreman zuzena sortu baita; egokitzen eta eskaintzari balioa gehitzen asmatzen duten enpresak, aldiz, lehiakorrago bilakatuko dira, eta beren merkatua handituko dute.

Beraz, edozein eskualderen lehiakortasun turistikoa indartzeko eta areagotzeko, funtsezkoa da sektorean diharduten eragile guztiek beren produktu eta zerbitzuak Interneten eskaintzeko ahalegina egitea, baita produktu eta zerbitzu horiek modu errazean kontratatu ahal izateko aukera eskaintzea ere.

---

[8] http://www.iet.tourspain.es/
[9] http://www.iet.tourspain.es/informes/documentacion/egatur/Egatur2008.pdf

2.5.2.2 Zenbait zifra

Estatu Batuetan 2007an saldutako bidaia guztien % 51Internet bidez saldu zen. 2009rako, % 60ko hazkundea aurreikusten da. (PhocusWright's [10]"Consumer Travel Trends Survey").

Espainian, 2007an, Interneten saldutako bidaien fakturazioak % 40ko hazkundea izan zuen, eta 5.000 milioi eurotik gorakoa izan zen, guztira. (DBKren Txosten Berezia[11]: "Comercio Electrónico de Viajes").

Espainian, lineako negozioen urteko fakturazioaren % 66 aisiak eta turismoak sortzen dute. (Hosteltur[12])

Frantzian, Alemanian, Italian, Espainian eta Erresuma Batuan, Internet bidezko bidaia salmentak % 27 hazi ziren 2007an, eta 35.000 milioi eurokoak izan ziren, guztira. (eMarketer [13]Survey)

2.5.2.3 Oraingo eta etorkizunerako joerak Interneten

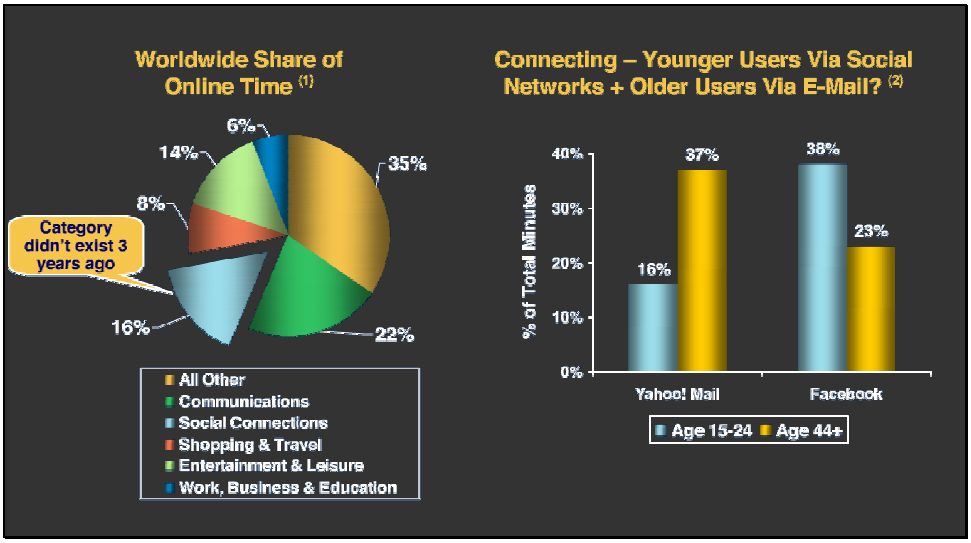
Internet esparruaren barruan, turismoaren sektorea da aitzindarietako bat Web 2.0 delakoa erabiltzen eta baliatzen.

Web 2.0 aplikazioa erabiltzaileen jarduera sozialean oinarritzen da funtsean, haiek edukiak sortzen eta eduki horiek kontsumitzen daukaten parte-hartzean.

Ondoko grafikoetan erakusten da Interneteko jarduera sozialen garrantzi gero eta handiagoa, eta Internetek gazteen arteko lineako komunikazioan duen aitzindaritza nabarmena.

---

[10] http://www.phocuswright.com
[11] http://www.dbk.es/esp/default.cfm?idpagina=4&idEstudio=16293&idSector=4396#descripcion
[12] http://www.hosteltur.com
[13] http://www.emarketer.com



Iturria: Morgan Stanley Research. comScore.

Joera horren ondorioz, turismoarekin lotutako webguneek garrantzi handia hartu dute. Eta, aldi berean, oraingo eta etorkizunerako joera batzuk finkatu dira, egungo bidaiariek aurkitzea espero duten zerbitzuei dagokienez.

Jarraian deskribatzen dira joera horiek:

Erabiltzaileen parte-hartzea

Gaur egun, gero eta garrantzi handiago du bidaiei buruzko erkidego birtualen sorrerak, eta, horietan, milioika erabiltzailek beren bidaia esperientziak partekatzen dituzte: blogen, argazkien edo bideoen bitartez, lekuei eta zerbitzuei buruz aholkuak eta iritziak emanda, etab.–.

Erkidego horiek funtsezko ezaugarri bat dute: edukiak sortzea demokratizatu egiten da, erabiltzaileen esku baitago hori.

Horretara, erabiltzaileak ez dira jadanik eragile turistikoek landutako eduki batzuen kontsumitzaile hutsak; orain beren edukiak sortzen dituzte, beren argazkiak, bideoak, iruzkinak eta iritziak eskainita.

Interneten sozializazioa da: ordenagailu sare batetik pertsona sare batera igarotzea.

Interkonexioa eta zerbitzuak eranstea

Internetek eta tresna horrekin lan egiteko modu berriak webgune batzuen sorrera erraztu dute, webgune desberdinetan dauden zerbitzuak nahastuta eta konbinatuta, eta, horrela, bidaiariak behar dezakeen guztia zentralizatzen da. Adibide gisa, hegaldi bilatzaileak, hotel bilatzaileak eta alokatzeko automobilenak biltzen dituzten webguneak aipa daitezke. Webgune horiek lineako agentzien eskaintzarik merkeena aurkitzeko aukera ematen dute.

Multimedia euskarriak eta kanalak

Azken urteotan, erabiltzaileen esperientziak aberasteko, asko hedatu da argazkien, bideoen eta podcast-en erabilera. Elementu horiek esperientzia integral bat eskaintzen diete erabiltzaileei, zeinek gero eta informazio gehiago behar duten lineako zerbitzuak erosteko.

Zerbitzuen eta edukien geolokalizazioa

Interneten sortutako zerbitzu berriek zerbitzuak eta erabiltzaileek jarritako edukiak geolokalizatzeko –mapan kokatzeko– aukera ematen du (adibidez, hotel bat mapan zehazki kokatzeko edo argazki bat nondik atera den jakiteko, puntu hori mapan zehaztu baitaiteke, beste erabiltzaile batzuek puntu horretatik dagoen ikuspegia begira dezaten.).

Informazioaren eta zerbitzuen pertsonalizazioa

Ohikoa da, gaur egun, erabiltzaileek Internet baliatzea edozein gai interesgarriri buruzko informaziorik berriena eskuratzeko.

Horrela, zerbitzu askok eskaintzetara harpidetzeko aukera ematen diete erabiltzaileei, erabiltzaileak berak zehaztutako leku eta prezio tartearen arabera.

Informazioa nonahi

Orain, erabiltzaileek edonoiz eta edonondik eskura dezakete informazioa. Gero eta ohikoagoa da telefono mugikorretik edo PDAtik Interneten sartzea.

Gainera, aurreikuspenek adierazten dutenez, etorkizunean bizitza mugikorra izango da. 2010ean, lokalizazio zerbitzua duten smartphone-ak 1.200 milioi izango dira, PCak baino gehiago.

 © ESI

3. LAGINARI BURUZKO DATU OROKORRAK

Atal honetan, beren negozio prozesuetan duten heldutasun digitalari buruz EAEko turismo sektoreko enpresei egindako ebaluazioen datu orokorrak islatzen dira.

Txosten honetan, sektoreko 60 enpresek osatutako lagin baten azterketa azaltzen da, batetik hiru izarrerainoko Hotelak eta batetik bi izarrerainoko Ostatuak barne hartzen direla.

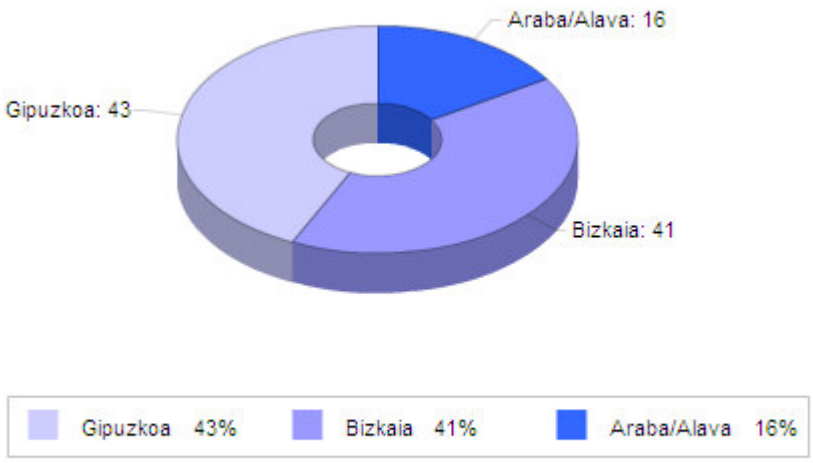
Aurretik, bisitatutako hotelek eta ostatuek elkarrizketa pertsonalean parte hartzeko interesa erakutsi zuten. Baiezkoa eman zuten hotel eta ostatu guztien artean, 60 aukeratu ziren modu proportzionalean, bakoitzaren ordezkaritasunaren arabera, honako irizpide hauek erabilita:

- arrazoi geografikoak, Euskal Autonomia Erkidegoko hiru probintziak egon zitezen ordezkatuta.
- establezimenduen kategoriak, laginean izar bateko osatuak eta hotelak, nahiz 3 izarreko hotelak egon zitezen.
- ordezkaritasun portzentajea, totalarekin konparatuta talde bakoitzean zen establezimendu kopuruaren arabera, guztira enpresa gehien dituen probintzia hala isla zedin azterlanean, eta beste hainbeste hiriburuen kasuan, etab.

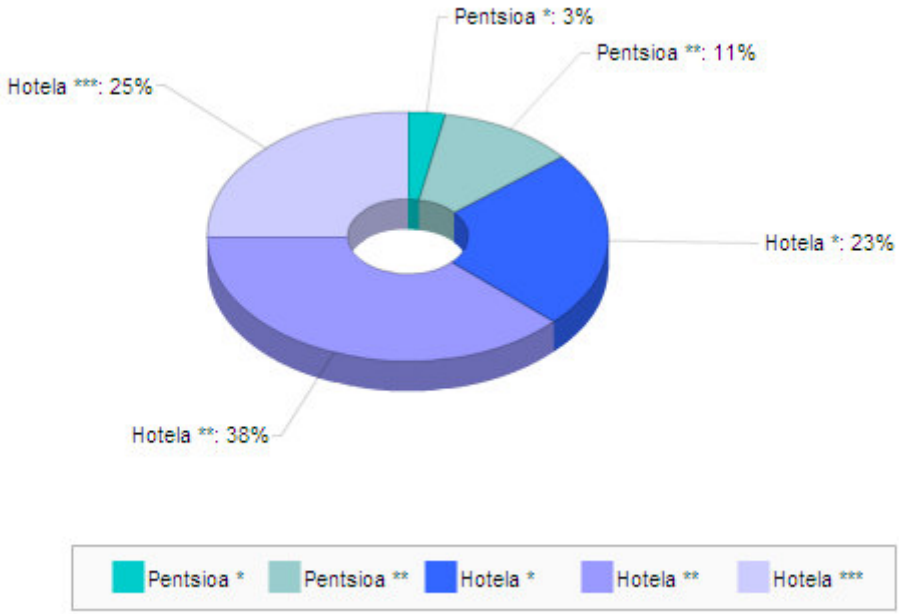
Aukeraketa hori BasqueTour eta ESIren artean egin zen, modu koordinatuan. Ondoren, eta aurreko eskakizunak betetzen zituen talde bakoitza hartuta, bisitatu beharreko etxeen ausazko aukeraketa bat egin zen. Horretara, aukeratutako laginaren aniztasuna ziurtatzen da, baina balio subjektiborik aplikatu gabe, lehenago azaldutako arrazoi geografikoak eta kategoria arrazoiak baino harago.

Argitu behar da aukeratutako enpresa guztiekin jarri ginela harremanetan, baina horietatik 16k ez zutela elkarrizketetan parte hartzeko interesik izan, eta, kasu horietan, proiektuan parte hartzeko prest zeuden beste “ordezko” enpresa batzuk aukeratu ziren. Ez parte hartzea erabakitzeko arrazoiak ugari izan ziren, nahiz eta kasurik gehienetan enpresen arduradunek astirik ez izatea izan arrazoia. Ezezko horien ondorioz, eta harremanetan jartzeko lehenengo deia egin zenetik enpresak baiezkoa eman eta elkarrizketarako eguna jarri bitartean igarotako denboragatik, bisiten fasea udara igaro arte luzatu da; gainera, kontuan izan behar da Uztailean eta Abuztuan enpresek denbora libre gutxiago izaten dutela, gehienetan lan karga handia izaten dute eta.

Ondoko grafikoan, probintzia bakoitzean egindako ebaluazioak agertzen dira:



Bestalde, beren kategoria kontuan hartuta bisitatu diren hotelen eta ostatuen banaketa hurrengo grafikoan ageri da:



4. AZTERKETA DIAGNOSTIKOAREN EMAITZAK

Hurrengo atalean, ebaluatutako enpresen negozio prozesuen heldutasun digitalaren mailari dagozkion datuak azaltzen dira. Maila hori neurtzeko "Heldutasun Digitalaren Eredua", hots, **opTIma**, erabili da.

"Heldutasun Digitalaren Eredua" definitzeko, faktore desberdinak hartu dira kontuan:

- **Bost heldutasun maila**; enpresak bere heldutasuna gehitzeko (kasu honetan digitalizaziorantz aurrera egiteko) lortu behar dituen ezaugarriak deskribatzen dituzten egoera sekuentzialak dira, eta ongi zehaztuta daude. Honako hauek dira identifikatutako mailak:
  - 1. maila: Oinarrizkoa
  - 2. maila: Konektibitatea
  - 3. maila: Ikusgaitasuna
  - 4. maila: Integrazioa
  - 5. maila: Elkarreragingarritasuna
- **Lau alor** dira, eta horietan lan egin behar du eta hobetu behar du enpresak, bere negozioaren digitalizazioa iristeko:
  - Sistemak eta Teknologia (ST): Alor honetan, *enpresako informazioaren eta komunikazioen kudeaketa hobetzeko* beharrezkoak diren informazio eta komunikazio teknologiak daude.
  - Negozioa eta Prozesuak (NP): Alor honetan, *negozioaren kudeaketa eta horri lotutako prozesuak hobetzeko* enpresak eskura dituen sistemen eta teknologien erabilera sartzen da.
  - Produktuak eta Zerbitzuak (PZ): Alor honetan, *bere produktuak eta zerbitzuak garatzeko eta merkaturatzeko duen modua hobetzeko* enpresak eskura dituen sistemen eta teknologien erabilera sartzen da.
  - Segurtasuna (S): Alor honetan, *baimendu gabeko sarrerak eta informazio galerak eragozteko* enpresak bere sistemak segurtatzeko duen modua sartzen da.

Alor bakoitza maila bakoitzean egin beharreko **praktika** batzuetan dago banatuta, eta enpresak horiek gainditu behar ditu, finkatutako helburuak lortzeko.

Honako alderdi hau eduki behar da kontuan ebaluazioen emaitzak aztertzean: beren izaeragatik eta aztertzen ari garen sektoreagatik enpresa guztietan aplikatzeko egokiak jo ez diren praktikak. Horretarako, ESIk beste jarduera sektore batzuetan ezarritako Heldutasun Digitalaren Ereduaren ezagutza baliatu da, eta, bereziki, Bogotá hiriko Turismoaren Barruti Institutuarekin elkarlanean Kolonbiako Turismo sektorean egin zen aurretiazko esperientzia. [14].

Kasu hauetan, baliteke txostenarekin batera doazen grafikoetako batean islatuta ez egotea, edo emaitzak ez haztaturik egotea enpresa guztietan aplikatzen diren bezala.

Adibidez, 3. mailako "Taldean Komunikatzeko Mekanismoak Izatea" praktikan, mekanismo horiek ondoko kasuetan bakarrik hartzen dira kontuan: enpresak leku desberdinetan kokaturiko sukurtsalak dituenean edo eraikin berean banaturiko zenbait lanpostu dituenean. "Informazioa Zifratzea" praktikari dagokionez, Informazio Sistemetan grabatutako informazioa nabarmenki kritikoa denean hartzen da kontuan, hau da, datu horiek gabe negozioak aurrera egin ezin duenean.

Jarraian aurkezten den azterketan, negozio prozesuen digitalizazio mailaren indargune eta ahulgune nagusiak islatzen dira, mailaka eta alorka antolatuta, "Heldutasun Digitalaren Eredua" kontuan hartuta:

4.1 1. maila: Oinarrizkoa

Hasierako mailan, erakundeak informazio sistema gutxi ditu, komunikazio teknologia klasikoez gain. Bezeroarekiko harremana komunikazio teknologia klasiko (ordenagailua, telefono mugikorra, faxa, aplikazio ofimatikoak) horien bidez egiten da, eta informazio sistemak administrazio eta kudeaketa zeregin jakin batzuk egiteko bakarrik erabiltzen dira.

Helburuak honako hauek dira:

- **Sistemak eta teknologia** alorrari dagokionez, maila honetako helburua agiriak eta aurrekontuak egiteko oinarrizko tresnak ezartzea da, batetik, eta, bestetik, komunikaziorako oinarrizko teknologiak, hala nola telefonoa eta faxa, eskuragarri edukitzea, beharrezkoak ez diren joan-etorriak saihesteko eta urruneko harremanak ahalbidetzeko.

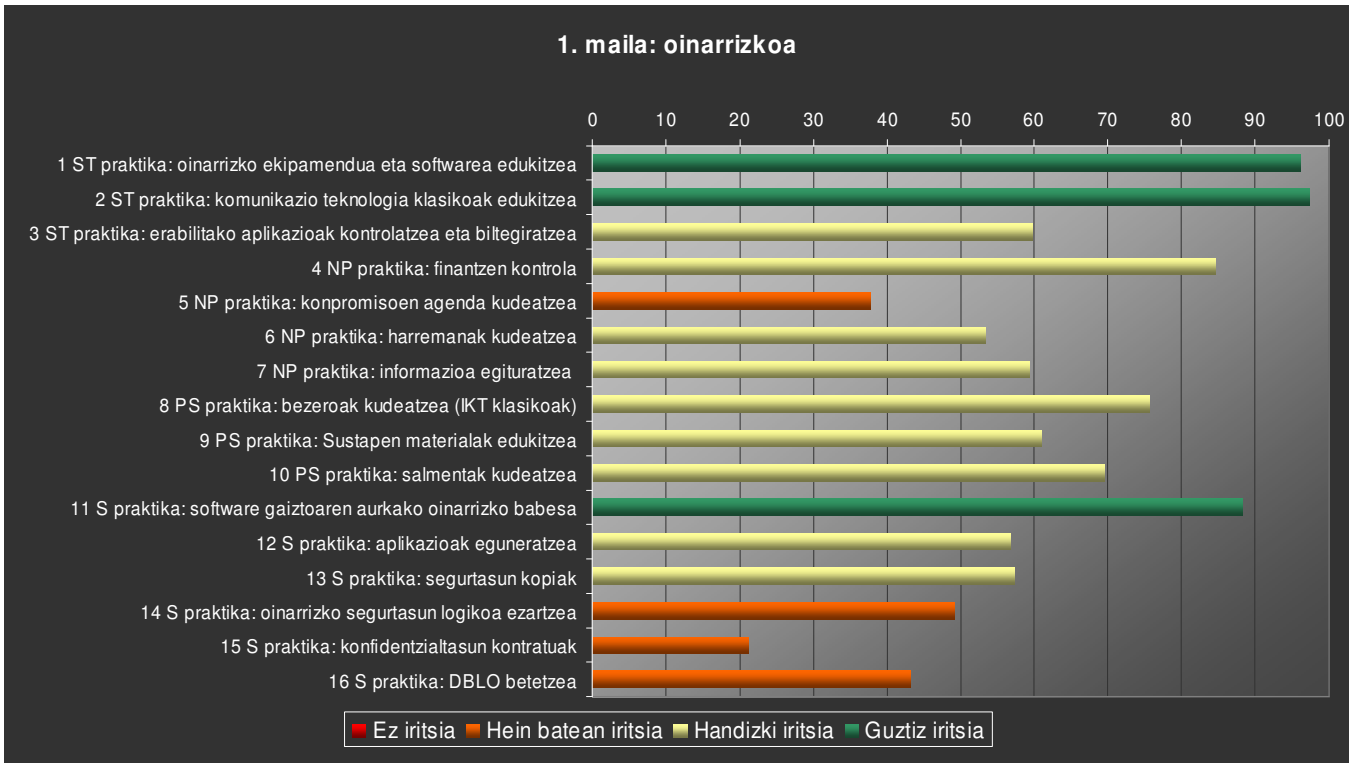
- **Negozioa eta prozesuak** kudeatzeari dagokionez, negozioa eramateko IKT klasikoak (ordenagailua, ofimatika, mugikorra eta faxa) erabiltzea da maila honetako helburua.

[14] http://www.bogotaturismo.gov.co

- **Produktuak eta zerbitzuak** alorrari dagokionez, helburua oinarrizko IKTak (ordenagailua, aplikazio ofimatikoak,…) erabiltzea da maila honetan, enpresaren jarduera komertziala kudeatzeko; eta, zehazkiago, sustapenerako materialak sortzeko, bezeroak kudeatzeko eta salmentak kudeatzeko.

- **Segurtasuna** atalean, berriz, Informazio Sistemen oinarrizko babesa lortzea da maila honetako helburua. Babes hori independentea da sistemok konektatuta edo isolatuta egotetik, zeren edozein Informazio Sistemarentzat balioko baitu, haren izaera, interakzioak etab. edozein direla ere.

4.1.1 Ikuspegi Orokorra



Aipatu grafikotik ondoriozta dezakegu ebaluatutako enpresek, oro har, beharrezko ekipamendua eta komunikazio teknologiak dituztela, eta badutela enpresa kudeatzeko oinarrizko softwarea ere, bai berariazko software baten bitartez, bai aplikazio ofimatiko batzuen bitartez.

Bestalde, gabezia nagusienak batez ere Segurtasunaren alorrean aurkitzen dira, nahiz eta Negozioaren eta Prozesuen alorrean ere badiren zenbat ohar, zeinak ondoko ataletan azalduko ditugun.

4.1.2 Indarguneak

Enpresek badauzkate bere negozioak digitalki kudeatzeko oinarrizko tresnak:

- ekipamendu informatikoak eta inprimagailuak
- faxa eta telefonoa bezalako komunikazio klasikoak.
- oinarrizko softwarea: aplikazio ofimatikoak, kudeaketarako tresna xumeak, etab.
- tresna informatikoak babesteko birusen kontrako softwarea

4.1.3 Ahulguneak

Oinarrizko maila honetan, digitalizazio mailan gabeziak erakusten dituzten bi alor nagusi aurkitzen ditugu:

- Segurtasuna
- Negozioa eta Prozesuak

Segurtasunaren alorrari dagokionez, enpresek hainbat hutsune dituzte:

- segurtasun logikoko gutxieneko segurtasun neurririk ez izatea: erabiltzaile izenaren eta pasahitzaren bidez informazio sistemetan langileak identifikatzea, pasahitz seguruak erabiltzeko politika bat inplementatzea, langileak kanpoan direnean terminalak blokeatzea, etab.
- enpresaren datu pribatuak eskura ditzaketen pertsonekin edo erakundeekin informazio horren edonolako erabilera bidegabetik enpresa babesteko konfidentzialtasun kontraturik ez ezartzea.
- pertsonen datuak –bereziki ostatatutako bezeroenak– babesteko politiken inplementazioa murritza izatea, Datuak Babesteko Lege Organikoa kontuan hartuta.
- tresna informatikoetan instalatutako aplikazioak eguneratzeko konpromiso eskasa edukitzea, bereziki larria baita hori sistema operatiboen segurtasun adabakien kasuan.

Negozioaren eta Prozesuen alorrean, konturatu gara ebaluatutako enpresek arazoak dituztela kontaktuen eta konpromisoen agenda modu digitalean eramateko, eta, zenbait kasutan, baita bezeroen kudeaketa egiteko ere.

Prozesu horiek eskuz egiten dira gaur egun, paperezko agenda fisikoak erabilita, horrek dakartzan arazoekin:

 © ESI

- eguneratutako daturik eza
- enpresako kideen artean informazioa partekatzeko arazoak
- eragozpenak edo eraginkortasunik eza informazioa aurkitzeko orduan
- informazioaren bertsio desberdinak izatea, fidagarritasun arazoak sortzen direla

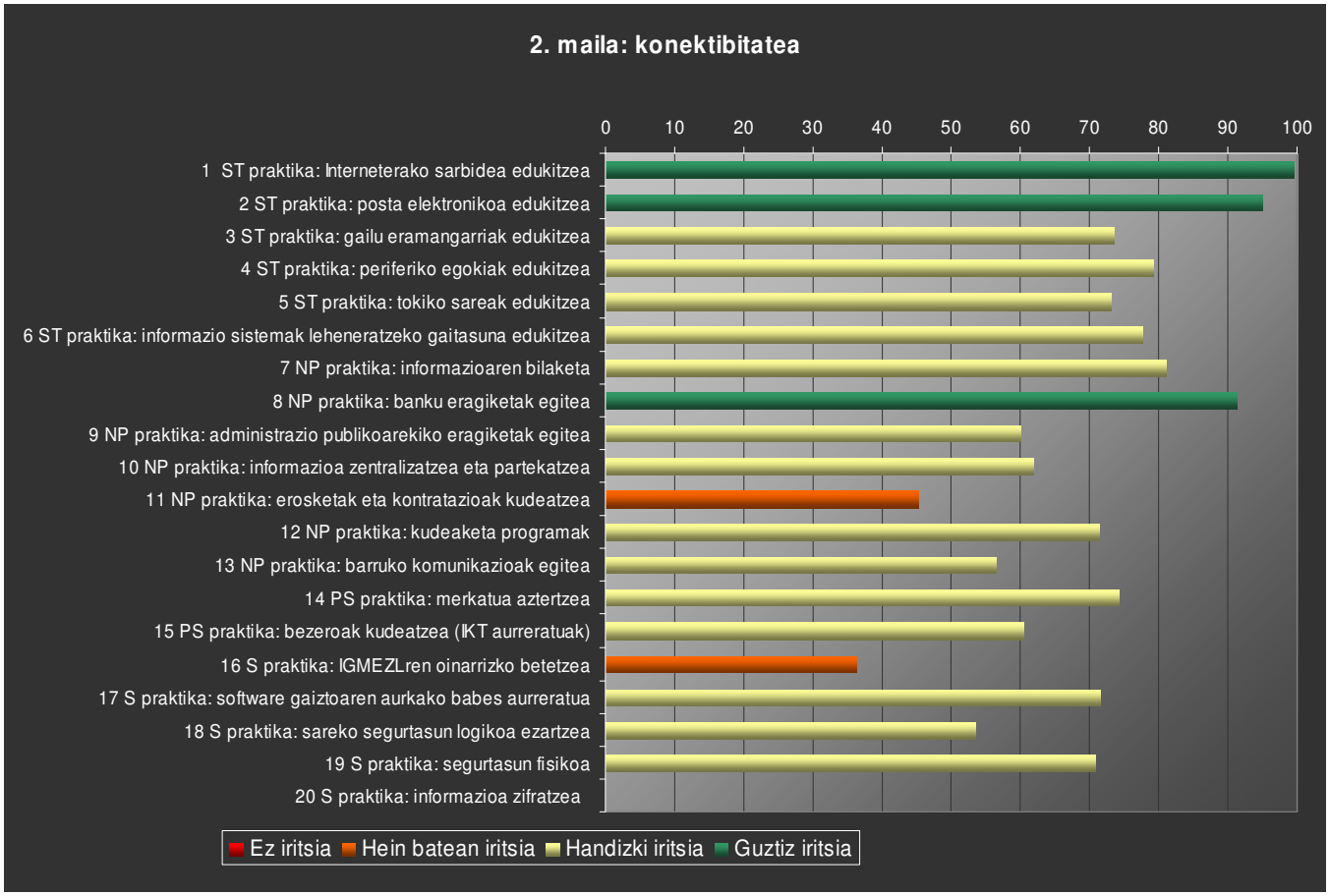
4.2 2. maila: Konektibitatea

Izenak adierazten duen bezala, bigarren maila honetan sistemen arteko konexioa da lehentasuna; bai sistema lokalen artekoa, sare lokal (LAN) delako bat eratzen denean, bai urruneko sistemekiko konexioan (maila honetan Interneten eta posta elektronikoaren bitartez). Gainera, informazio sistemak babestu beharko dira, bata bestearekin konektatuta egoteagatik sortzen diren arriskuetatik.

Helburuak honako hauek dira:

- **Sistemak eta teknologia** alorrari dagokionez, maila honetan Interneterako eta enpresa barruko baliabideetarako sarbidea hornitzea da helburua, batetik; eta, bestetik, enpresan beharrezkoak diren gailuak ezartzea, bere jarduera modu eraginkorragoan eta dinamikoagoan egin dezan.
- **Negozioa eta prozesuak** kudeatzeari dagokionez, maila honetan helburua Internet erabiltzea da; horrela, barne kudeaketa eta kanpoko eragileekiko harremana hobetzea lor daiteke, eta negozio aukera berriak bilatzea ere errazagoa da.
- **Produktuak eta zerbitzuak** alorrari dagokionez, maila honetan IKT aurreratuak (Interneterako sarrera, posta elektronikoa,…) erabiltzea da helburua, enpresaren jarduera komertzialak kudeatzeko; eta, zehazkiago, merkatua aztertzeko eta bezeroak kudeatzeko.
- **Segurtasun** alorrari dagokionez, hauxe da helburua maila honetan: sistemak babestea, elkarren artean konektatuta egoteagatik sortzen diren arrisku berrietatik, batik bat Interneten erabileran jatorria duten arriskuetatik.

4.2.1 Ikuspegi Orokorra



Grafikoan ikus daitekeen bezala, ebaluatu diren enpresek, oro har, badauzkate maila honetako helburua betetzeko behar dituzten ekipamendua eta komunikazio teknologiak (adibidez, Interneterako konexioa, banda zabalera nahikoarekin).

Bestalde, ebaluatutako enpresa gehienek kudeaketarako berariazko software motaren bat daukate (ez, ordea, erosketak kudeatzeko), baina kategoria apaleneko ostatuek eta hotelek zailtasunak izaten dituzte software hori beren negozio prozesuetan txertatzeko.

Halaber, 1. mailan bezala, hutsune garrantzitsuak ikusten dira Segurtasunaren alorrean, alor horretako oinarrizko helburuak betetzeko ez baitute neurri askorik hartu.

4.2.2 Indarguneak

Enpresek badauzkate beren negozioaren konektibitatea ahalbidetzeko behar dituzten tresnak:

- Interneterako konexioa, kable bidez edo Wifiz

- enpresen posta elektronikoaren erabilera portzentaje handia, beren domeinu eta guzti, beren bezeroekin komunikatzeko
- lanerako sare lokalak (LAN), beharren arabera

Negozioak eta Prozesuak alorrean, nabarmendu behar da Internet erabiltzen dela banku eragiketak egiteko, praktika hori oso zabalduta baitago bisitatutako hotelen eta ostatuen artean.

Segurtasunaren alorrean, enpresa gehienetan egiten den praktika bakarra azpimarra daiteke, hau da, software gaiztoetatik babesteko programen erabilera.

4.2.3 Ahulguneak

Maila honetan, konturatzen gara ahulguneak areagotu egiten direla aurreko mailarekin konparatuz gero.

Nahiz eta enpresek, kategoria txikieneko hotelek eta ostatuek izan ezik, kudeaketa aplikazio bat duten, aipatu aplikazioek ez dituzte barne hartzen negozioaren prozesu guztiak. Hau da, gehienek hauek bakarrik egiten dituzte: bezeroen kudeaketa, haiek egin dituzten erreserbak eta kontratatutako zerbitzuaren faktura. Hala ere, beste prozesu batzuk (hala nola, erosketen kudeaketa, stocka, emate agiriak, kontabilitatea eta giza baliabideak) ez dira modu digitalean egiten edo, kasurik hoberenean, beste modulu independente batzuen bitartez egiten dira.

Bestalde, ostatuak eta kategoria txikieneko hotelak leize digital baten aurrean aurkitzen dira, beren negozioen prozesuetan kudeaketarako berariazko sistemak txertatzeko orduan. Kasurik gehienetan, aplikazio ofimatikoak erabiltzera mugatzen dira, baina enpresako prozedurak guztiz automatizatu gabe; horregatik, erakundeak egiten dituen prozesuek errendimendu apalagoa dute.

Zehazki, erosketen kudeaketaren eta kontratazioen praktikan, non informazioa eskatzen baita, kontsulta teknikoak eta eskaerak egiten baitira, etab., Interneten edo posta elektronikoaren bitartez, enpresek ez dituzte egiten aipatu jarduerak teknologia berriak erabilita.

Egia da enpresen hornitzaile gehienek, oraingoz, ez dituztela mota horretako zerbitzuak Internet bidez ematen. Hala ere, ura, telefonoa, argindarra, etab. bezalako zerbitzu orokorrak ematen dituzten konpainia handiek Internet bidez eskaintzen dituzte zerbitzu horiek, baina ostatuek ez dituzte erabiltzen.

Ebaluatutako enpresetan hobetu beharreko beste alor bat Segurtasunarena da. Maila honetan, hutsuneak aurkitzen ditugu LSSICE-ren oinarrizko xedapenak betetzean. Lege horren helburua hauxe da: Informazioaren Gizartearen eta Merkataritza Elektronikoaren Zerbitzuak arautzea. Legearen

oinarrizko mailan, hauxe eskatzen da: posta elektroniko bidez mezu komertzialak (sustapenak, deskontuak, eskaintzak) bidaltzeko orduan, zenbait neurri betetzea.

Kasu horietan, enpresek enpresa erako bezeroei bakarrik bidaltzen dizkiete beren mezu komertzialak, baina ez bezero partikularrei. Edozein kasutan, ez dute derrigorrezkoa betetzen, hau da:

- hartzaileen aldez aurretiko baimena lortzea
- argi eta garbi identifikatzeko moduko komunikazioak egitea
- mezua bidaltzen duen pertsona juridikoa edo fisikoa identifikatzea
- mezuaren hasieran edo gaian “publizitatea” hitza jartzea

Azkenik, maila honetan ez da derrigorrezkotzat jo, datu pertsonalak babestearren, zifratzeko mekanismo bat edukitzea negozioaren testuinguruagatik eta jardueragatik, eta jasotzen diren datuen izaeragatik, kasu honetan ez baitira kritikoak (esaterako, bezeroen datuen artean ez daude erlijioari, sexuari edo osasunari buruzko datuak). Horregatik, grafikoetan ez da horri buruzko daturik azaltzen.

4.3 3. maila: Ikusgaitasuna

3. mailari ikusgaitasun maila deitzen zaio, erakundeak Internet erabiltzen baitu bezeroei bere zerbitzuak eskaintzeko. Beraz, enpresa ikusgai dago Interneten, nahiz eta bigarren mailan ere, jadanik erabiltzen zuen posta elektronikoa bezeroekin komunikatzeko eta informazio komertziala bidaltzeko. Maila horretan ere, hasiak dira enpresak urruneko sarbideak erabiltzen negozioa kudeatzeko.

Maila horretarako, honako hauek dira helburuak:

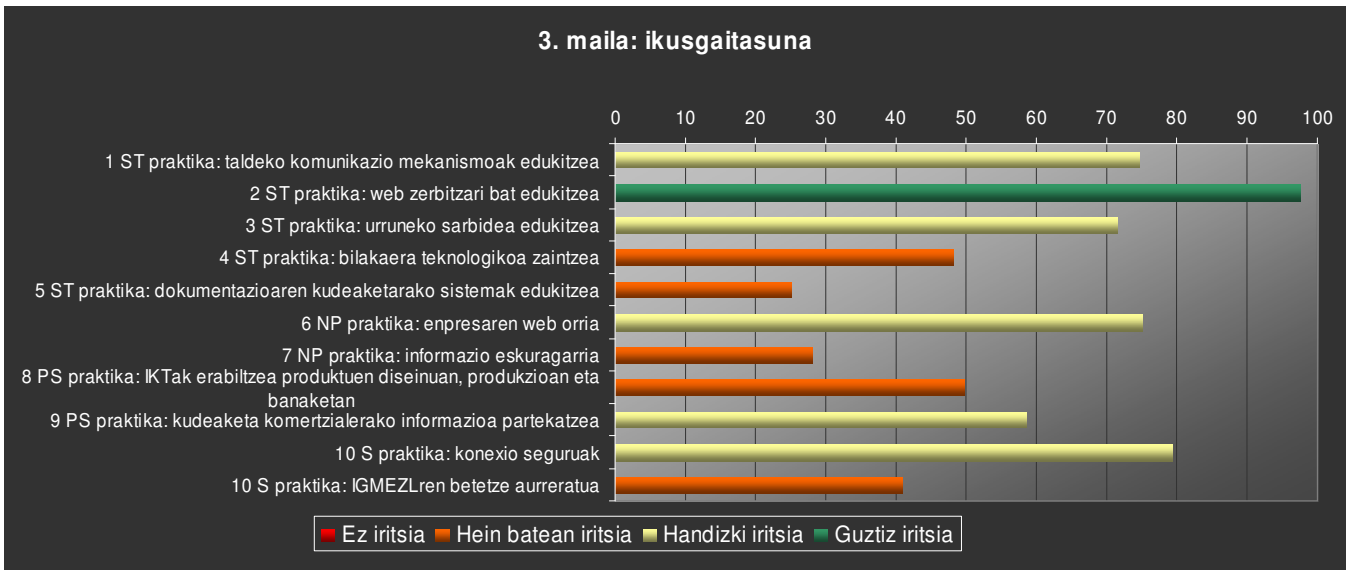
- **Sistemak eta teknologia** arloari dagokionez, maila honetako helburua hauxe da: beharrezko tresnez hornitzea enpresa, bere produktuen –eta enpresaren beraren– publizitatea Internet bidez egin dezan. Gainera, maila honetan hauek ere ebaluatzen dira: taldean komunikatzeko mekanismorik baden, enpresaren jardunean lagungarri diren teknologia berriak ebaluatzeko eta gehitzeko prozedura bat ezartzea, eta, azkenik, dokumentuak kudeatzeko sistemarik baden.

- **Negozioa eta prozesuak** alorraren kudeaketari dagokionez, maila honetan hauxe da helburua: IKTek enpresaren funtsezko prozesuak kudeatzeko eta kontrolatzeko, langileen arteko informazioa hobeto kudeatzeko eta enpresaren jarduera sustatzeko balio behar dute.

- **Produktuak eta zerbitzuak** alorrean, maila honetan helburuak bi hauek dira: IKTak sartzea, produktuak eta zerbitzuak hobetzeko (hau da, haien balioa, funtzionaltasuna, kalitatea, segurtasuna, malgutasuna, etab. handitzeko), eta, gainera, Internet erabiltzea, enpresaren produktuak eta zerbitzuak sustatzeko.

- **Segurtasunari** dagokionez, maila honetako helburua hauxe da: urrunean kokatutako sistemen eta enpresaren arteko konexioak segurtatzea. Honek ez du esan nahi, adibidez, Web orrialdeen zerbitzariei (maila honetan sartzen dira) segurtasun neurririk aplikatu behar ez zaienik; aitzitik, ekipamendu osoari gehitzen zaion edozein tresna berriri aurreko mailetan azaldutako neurri guztiak aplikatu behar zaizkio.

4.3.1 Ikuspegi Orokorra



Goian aurkezten den grafikoan, 3. maila “digitalizazio maila egoki bat erdiesteko arazoak” kontzeptuarekin parekatzen da.

Enpresa gehienek beren Web orria dute; kasu guztietan, kanpoko enpresa espezializatu baten zerbitzarian kokaturik.

Aitzitik, maila honi lotutako gainerako praktikak, maila honetako praktika guztien ehuneko handi bat baitira, oso urrun dira digitalizazio egoki bat lortzetik.

4.3.2 Indarguneak

Ebaluatutako enpresa gehienek Internet ezagutzen dute eta bere produktuak eta zerbitzuak sustatzeko erabiltzen dute.

Interneten egotea gero eta garrantzitsuagoa da bezero potentzialen artean enpresa ezagutzera emateko. Informazioaren teknologien aurrerapenekin, jende asko ohitura berri bat ari da hartzen: sarera jotzen dute informazio bila, produktu bat erostea erabakitzeko orduan.

Web orri korporatiboek beren helburu nagusia betetzen dute, hots, web orria bisitatzen duenari hotela edo ostatua ezagutaraztea, eta hori lortzeko zenbait informazio eskaintzen dituzte: zerbitzuei buruzkoak (arropa garbitegia, Wifi konexio zerbitzua, egunkariak, aparkalekua, etab.), hotelaren edo ostatuaren kokapena eta denboraldian aplikatzen diren tarifak, horretarako multimedia elementuak erabiliz (adibidez, instalazioen argazkiak).

Bisitatutako enpresen % 70ek urruneko sarbide bat dauka bere sistema informatikora sartzeko. Hala ere, gehienetan sarbide hori laguntza teknikoa emateko tresna moduan erabiltzen da, eta enpresaren informazio sistemak

mantentzen dituzten kanpoko enpresek erabiltzen dute. Gainera, ehuneko horren barruan, gehienek urruneko sarbidean konexio seguruak bermatzen dituzten mekanismoak erabiltzen dituzte.

4.3.3 Ahulguneak

Kasurik gehienetan, enpresek, bere azpiegituren (sare lokala, Wifi,…) eta aplikazio informatikoen euskarria eta mantentze-lan tekniko guztia azpikontratatzen dute. Ondorioz, kasu askotan enpresek denbora gutxiago ematen dute eta ahalegin txikiagoa egiten dute teknologiaren zainketa-lanetan, beren negozioaren kudeaketari aplika dakizkiokeen aurrerapen teknologiko berrienak ezagutzeko.

Bestalde, erabiltzen duten informazioaren bolumena kontuan izanik, enpresek ez dute beharrezko ikusten beren negozioen prozesuetan dokumentuak kudeatzeko sistema bat ezartzea. Hala ere, dokumentuak kudeatzeko sistema bat ez erabiltzeak ez du gutxitzen enpresak bere informazio sistemaren bitartez darabilen informazio dokumentala kudeatzeko inbertitzen duen denbora.

Negozioa eta prozesuak alorreko maila honetako beste helburuetako bat hauxe da: informazioa eta dokumentazioa zentralizazioa Web bidezko barne sistema komun batean, hau da, Intranet batean. Horri dagokionez, ebaluatutako enpresa gehienek ez zeukaten horrelako sistemarik. Gainera, ziurtapen sistema baten barruan (Kalitate Turistikoaren Q ziurtagiria edo antzekoak) dauden enpresak Intranet jartzearen aldeko agertu ziren.

Azkenik, Informazioaren Gizartearen eta Merkataritza Elektronikoaren Zerbitzuen Legea (LSSICE) betetzeari dagokionez, legeak agintzen dituen betebeharrak betetzeko zailtasunak nabari dira, batez ere hotelaren web orrian erabiltzaileen eskura jarri behar den informazioaz ari garenean. Bertan, besteak beste, honako informazio hau jarri behar da: erregistroan izena eman izanari buruzko datuak, izen soziala, helbidea, harremanetarako bideak, tarifak, jokabide kodeak, etab.

4.4 4. maila: Integrazioa

Laugarren mailan, bezeroarekiko harremanetan batez ere Internet erabiltzen dutenen kopurua hazi egiten da, zenbait zerbitzu (euskarria, denda birtuala, etab.) eskaintzen baitira. Erakundearen sistema ugariak era berezi batean integratzen dira, eta, beraz, sistema bakarra da orain, eta zati guztiak elkarrekin lotuta daude. Sistema hori kudeaketa sistema integral bat (ERP) izateko bidean da.

Helburuak honako hauek dira:

- **Sistemak eta teknologia** alorrari dagokionez, maila honetan helburua hauxe da: enpresa tresnaz hornitzea, enpresaren barne sistemekin integratutako webgune dinamikoak sortzeko.

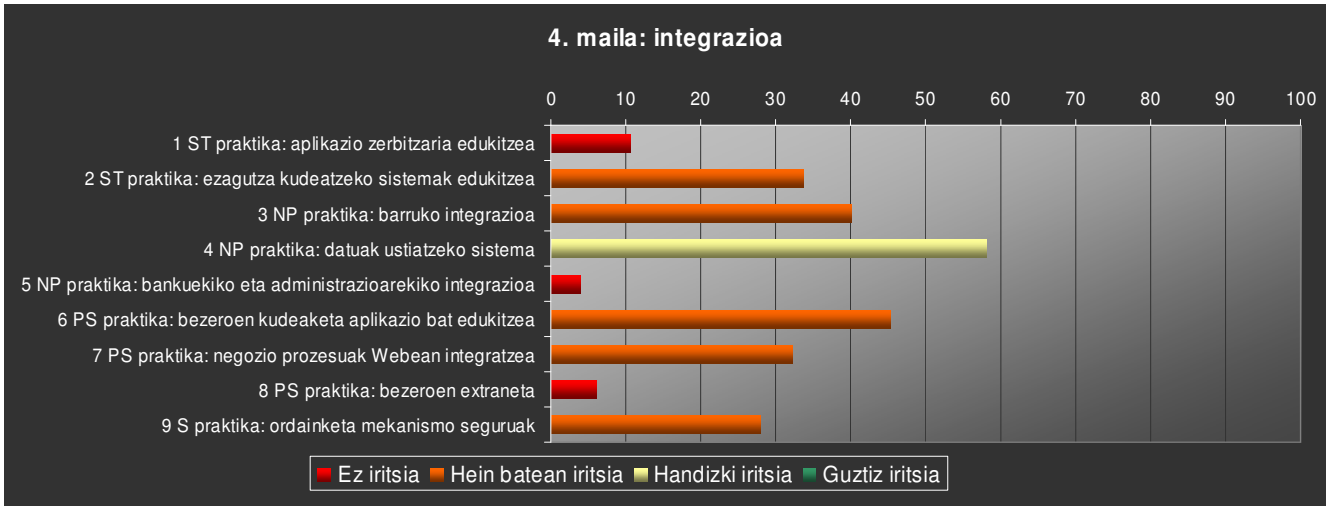
- **Negozioa eta prozesuak** alorraren kudeaketari dagokionez, maila honetan helburua da IKTek hiru hauek erraztea: enpresaren barne prozesuen integrazioa, informazio trukea, eta erabakiak hartzeko datuen ustiapena.

- **Produktuak eta zerbitzuak** alorrari dagokionez, maila honetan bi helburu daude: Internet erabiltzea enpresaren produktuen eta zerbitzuen salmentarako tresna moduan, eta bezeroekin lotutako jarduera guztia software aplikazioen bitartez kudeatzea.

- Komunikazioen **segurtasuna** indartuz jarraitzen da; maila honetan, denda birtualak agertzen dira, eta, beraz, transakzioen segurtasuna bermatu behar da. Segurtasun praktika bakarra azaltzeak ez du esan nahi gainerako segurtasun praktikak alde batera utzi behar direnik; aitzitik, aurreko mailetan proposatu direnak ere erabili egin behar dira, baita sistema edo egoera berrietan ere. Segurtasunari dagozkion praktikak ez daude finkatuta maila bakoitzean; bilakaera bat izan behar dute, negozioaren bilakaerarekin batera. Gainera, erakundeek, beren kabuz, segurtasunarekin lotutako beste ekimen batzuk har ditzakete beren gain, baina batik bat antolaketari dagozkionak (arriskuen analisia egitea, politikak, estandarrak eta prozedurak garatzea, etab.).

 © ESI

4.4.1 Ikuspegi Orokorra



4. mailan, ebaluatutako enpresek, digitalizazio maila egoki bat erdiesteko arazoak dituzte alor guztietan.

Maila horretako lehentasuna informazio eta komunikazio sistema guztien integrazioa da, baina enpresa handienek bakarrik bete dezakete neurri batean helburu hori, gainerakoak maila egoki bat lortzetik urrun baitaude.

Enpresetara egindako bisita gehienetan aplikazioen zerbitzaririk ez izateak ez du uzten automatikoki definitutako –hots, hotelaren kudeaketaren ekintzen eta erabakien arabera prestatutako– web orririk edukitzen. Hau da, webgunean erakusten diren edukiak eta informazioa ezin dira negozioak une bakoitzean eskatzen dituen erabakietan oinarriturik eguneratu, web orriaren enpresa garatzailearen esku-hartze zuzenik gabe. Izan ere, hoteleko langileei orriko edukiak eguneratzea ahalbidetzen dieten web garapen gutxi detektatu dira.

Kudeaketa tresna ugari daude, baina lanabes horiek ez dira beste plataforma batzuekin –bankuak edo administrazioa– egiazki integratzen, eta, horrela, kudeaketa lanak ezin dira automatizatu. Aldiz, txosten eta zerrenda ugari eskaintzen dituzte, hotelaren eguneroko jardunean sortutako informazioa ustiatu ahal izateko. Kasu askotan, txosten hauek aztertuz gero, erreserben, okupazio indizeen, ezeztatze ratioen eta abarren hileroko analisiak egin daitezke.

4. mailako beste helburuetako bat hauxe da: merkataritza elektronikorako sistema bat gehitzea, enpresak eskaintzen dituen produktuak eta zerbitzuak linean saldu ahal izateko. Enpresa gehienek web orrian erreserbak egiteko modu bat eskaintzen dute, posta elektroniko bidez, lineako inprimaki batez bidez, etab. Hala ere, enpresa horien artean gutxi batzuek bakarrik daukate web korporatibo bat, logela libre dagoela aldez aurretik jakinda erreserba bat egiteko aukerarekin.

Azkenik, nabarmendu behar da bezeroentzat sarbide esklusibo bat duen atalik ez dagoela web korporatiboan; hau da, ez da extranet bat sortu, non bezeroak bere historia (egindako bisitak, kontratatutako zerbitzuak, fakturak deskargatzea, etab.) kontsulta lezakeen.

 © ESI

4.5 5. maila: Elkarreragingarritasuna

Maila horretan, kudeaketa sistema integrala (ERP) sistema osoa da orain, eta harremana hornitzaileengana, bankuetara, etab. zabaltzen da. Merkataritza elektronikoa ere, jadanik automatizatua, kudeaketa sistemarekin integratuta dago.

Helburuak:

- **Sistemak eta teknologia** alorrari dagokionez, maila honetako helburua hauxe da: enpresa lanabes egokiez hornitzea, beste enpresa elkartuekin (hornitzaileak, banatzaileak, logistika, etab.) dituen harremanak automatizatzeko.
- **Negozioa eta prozesuak** alorraren kudeaketari dagokionez, maila honetan helburua hauxe da: IKTen bidez, balio katearen operazio guztiak integratzea, prozesuen sistema malgu bat lortzen dela, betiere negozioaren beharren araberakoa.
- 5. mailako **segurtasun** alorreko praktika honetan datza: erakundea gerta litekeen edozein gertakariren aurka prestatzea: aurre hartu behar zaie arazoei, eta egin beharreko ekintzak planifikatu behar dira. 4. mailan bezala, erakundeak, bere ekimenez, segurtasunarekin lotutako beste zeregin batzuk har ditzake bere gain, baina batik bat antolaketari dagozkionak (arriskuen analisia egitea, politikak, estandarrak eta prozedurak garatzea, etab.). Ekimen horiek zentzu handiagoa emango liekete erakundeak dauzkan segurtasun kontrol desberdinei.

4.5.1 Ikuspegi Orokorra

Ikus dezakegun bezala, maila honetako praktikei dagokienez, inplementazio digital eskasa aurkitzen dugu.

Euskal Autonomia Erkidegoko turismo sektorean ebaluatu diren enpresak oso urrun dira beren informazio sistemen eta beste erakunde batzuen (bankuak, administrazioa, hornitzaileak, etab.) sistemen artean elkarreragingarritasuna lortzetik.

Honako hauetan bakarrik aurreikusten dira sistema informatikoarentzat ezustekoen aurkako planak sortzeko planak: ziurtapen prozesu batean –adibidez, Kalitate Turistikoaren Q ziurtagiria lortzeko– parte hartu duten edo parte hartzen ari diren enpresetan.

 © ESI

5. ONDORIOAK

Euskal Autonomia Erkidegoko sektore turistikoko enpresak ahalegin berezia egiten ari dira beren prozesu desberdinetan IKTen erabilera sustatzeko, egindako ebaluazioen datu batzuek frogatzen duten bezala. Baina beren negozio prozesuen digitalizazio maila hobetzeko laguntza eta prestakuntza behar dituzte.

Oro har, ez dira berariazko beharrak detektatu hotelaren kategoriaren edo kokalekuaren arabera. Hots, ez dago beharren patroi komun bat izar bateko hotelentzat, edo ez da dira behar komunak ikusten probintzia jakin bateko hotelentzat. Hala ere, gomendio bat batez ere kolektibo edo talde jakin bati dagokionean, hala adieraziko da.

Egindako azterketatik atera daitezkeen ondorio orokorrak honako hauek dira:

- Une honetan, eskuz eta paperean egiten diren zenbait prozesu daude: adibidez, agenda, kontaktuak, etab. Informazio horren tratamendu digitala ahalbidetzen duten lanabesak erabiltzeak informazio horren antolamendu zentralizatua eta partekatua erraztuko luke.

- Nahiz eta gaur egun enpresak teknologia berriak erabiltzen hasten diren informazioa kudeatzeko, ez dute prozesu zehatzik aipatu kudeaketa egiteko. Horrek arazo bat dakar berekin: informazioaren antolamendua ez da erabiltzen gaur egungo sistemek uzten duten eraginkortasunarekin.

- Ikusten dugu enpresa txikienen kudeaketa programa ofimatikoetan oinarritzen dela. Aplikazio hauek dituzten gabeziak hotelak kudeatzeko berariazko aplikazioekin konpontzen dira, horiek enpresaren egoerari buruzko informazio fidagarria modu eraginkorragoan eta kostu txikiagoarekin eskuratzea ahalbidetzen baitute.

- Enpresa handiagoetan, ordea, berariazko kudeaketa aplikazioen erabilera orokortuta dago. Hala ere, hori ez da hala logelen eta bezeroen kudeaketaz gainera kontabilitatearen kudeaketa, enpresaren giza baliabideen kudeaketa, stocken kudeaketa, biltegiaren kudeaketa... barne hartzen dituen kudeaketa sistema integratuen erabilerarekin.

- Nahiz eta bezeroen kudeaketa egiteko berariazko aplikaziorik (CRM motakoak) ez eduki, hotel gehienek aipatu kudeaketa egiteko oinarrizko funtzionaltasunak dituzte hotelen kudeaketarako aplikazioan.

- Hotelaren kudeaketari buruzko datuak enpresaren instalazioetatik kanpoko beste leku batetik eskuratzeko ohitura ez dago oso hedatua Euskal Autonomia Erkidegoko enpresen artean, ohitura horrek dakartzan onurei buruz kontzientzia eskasa dagoelako. Izan ere, zenbaitetan, bada urruneko kudeaketa egiteko nahikoa teknologia, baina laguntza teknikoa ematen duten enpresek bakarrik erabiltzen dute, sistema informatikoan mantentze-lanak egiteko.

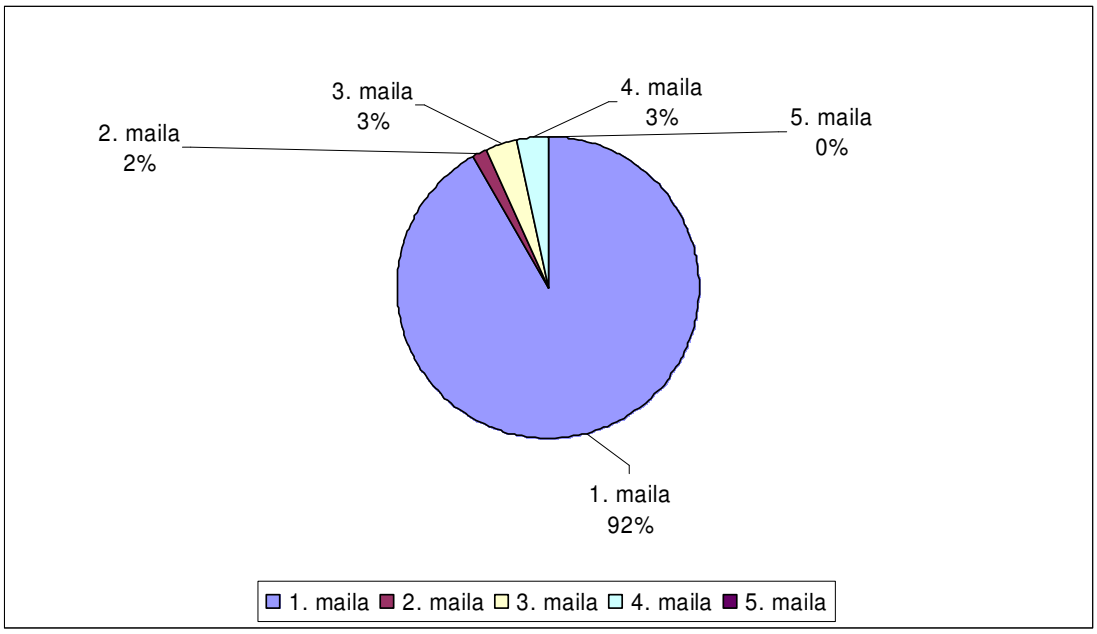
- Munduan gero eta gehiago ikusten da: mundu osoko enpresek Internet bidez eskaintzen dituzte beren produktuak eta zerbitzuak. Ebaluatutako enpresen artean, nahiz eta guztiek web orria duten, haietako batzuek ez dute hura erabiltzen bezeroei zerbitzuen kontratazioa ahalbidetzeko.

  Lineako ordainketa sistemarekiko konfiantza txikia da detektatu den kezketako bat: leize hori dela eta, enpresek ez dute merkataritza elektronikoko sistemak ezartzeko pausoa ematen.

- Enpresak digitalizazio maila apalago batean daudela erabiltzen da hain gutxi web orria zerbitzuak kontratatzeko. Hau da, normalean posta elektronikoa erabiltzen dute beren bezeroekin eta hornitzaileekin komunikatzeko, edo negozioa sustatzeko eta mantentzeko. Puntu hori oso garrantzitsua da, posta elektronikoaren erabilera ari baita finkatzen telefonoaren ordez.

- Hutsune handienak Segurtasunaren alorrean aurkitzen ditugu. Alor horretan, enpresak beren instalazioen segurtasun fisikoa bermatzera eta birusen kontrako tresnak erabiltzera mugatzen dira, beste oinarrizko lanabesik, hala nola sistemetan sartzeko eta informaziora heltzeko baimenak esleitzea, erabili gabe. Era berean, enpresetan ez dago segurtasun politika zehatzik, eta, beraz, neurriak ez dira behar adinako zehaztasunez hartzen:

- Mailaka, bisitatutako enpresa gehienen digitalizazio maila oinarrizkoa da, nahiz eta zenbait kasutan (bisitatutako enpresa guztien % 8) agerikoa den heldutasun maila aurreratuak erdiesten direla.



Dena dela, kontuan izan behar da 1. mailan aurkitzen diren enpresa askok ebatzi gabeko praktikaren bat daukatela, eta horregatik daude 1.

mailan; beraz, praktika bakan horiek ebatziz gero, oinarrizko maila gaindituko lukete, gainerako praktikak ondo antolatuta dauzkate eta.

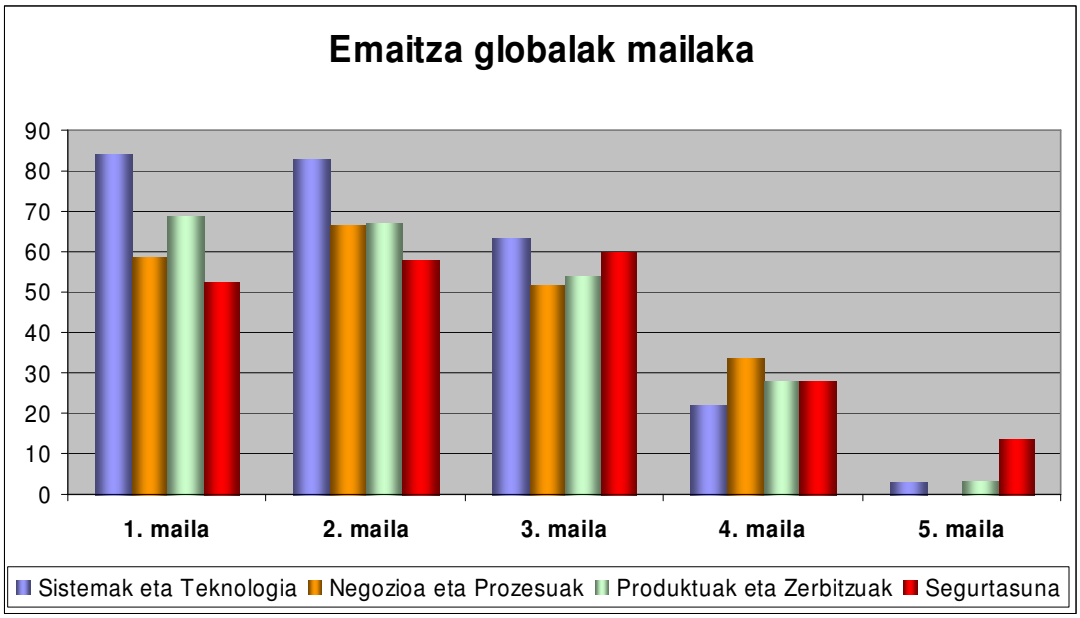
Gainera, kasu batzuetan, 3. heldutasun maila ere irits lezakete, hau da, enpresa batzuk, 1. mailako gainditu gabeko praktikak indartuz gero zuzenean 3. mailara igoko lirateke, 2. mailako praktikak behar bezala antolatuta dauzkate eta.

Ondorio hau bat dator Eustaten[15] "EAEko enpresetako IKTak" txostenarekin. Txosten horretan esaten denez, *"(…) Interneten erabilera EAEko enpresetan dokumentuen bilaketari eta posta elektroniko bidezko komunikazioari lotuta dago. Euskal enpresen % 80k bi horiek aipatzen ditu sarean egiten dituen jardueren artean. Fitxategiak trukatzea eta Administrazioari buruzko informazioa lortzea ohiko bezala agertzen dira Interneterako konexioa duten ia euskal enpresa erdientzat.*

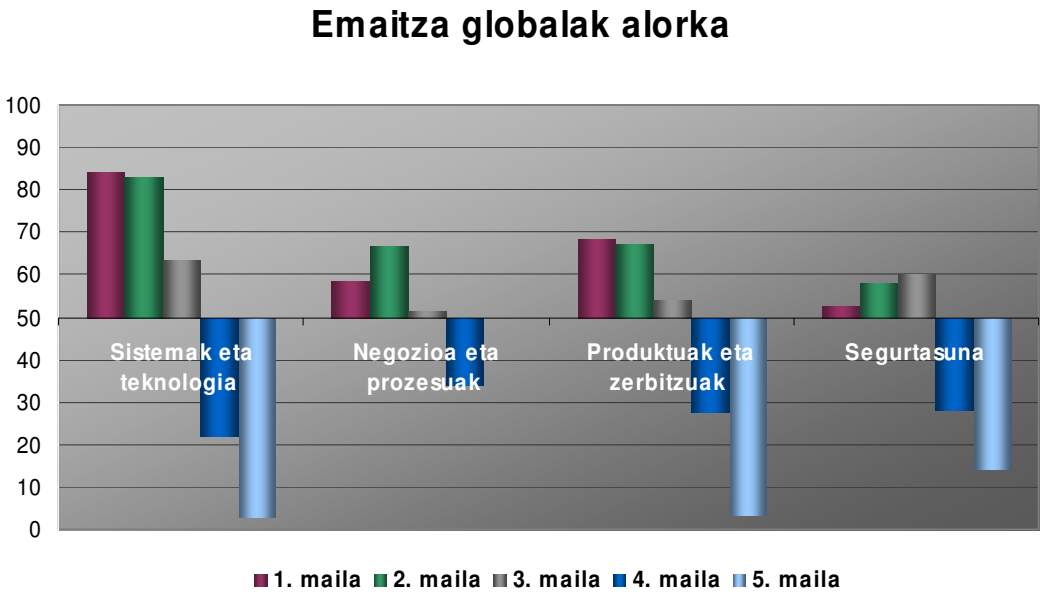
(…) Datuak ikusita, esan daiteke euskal enpresen sektoreak lehenengo urratsa egin duela, enpresak IKTetara moldatzeko prozesuaren lehen fasean daudela: euskal enpresa gehienek, oraingoz, komunikazio prozesuak hobetzeko eta informazioa bilatzeko erabiltzen dute Internet . Enpresaren tamaina handitzen doan neurrian, jarduera sofistikatuagoak egiten dituztenen ehunekoa igo egiten da, noski, baina ez modu adierazgarrian."

- Heldutasun Digitalaren Ereduko maila bakoitzean lortutako emaitzak aztertzen badira, eta maila bakoitzean aztertzen diten alor desberdinak kontuan hartuta, ikusten da ia maila guztietan alor indartsuena "Sistemak eta Teknologia" delakoa dela, batez ere lehenengo 2 mailatan.

15 http://www.eustat.es/elementos/ele0001200/ti_La_implantacion_de_las_TIC_en_las_empresas_vascas/inf0001219_c.pdf



- Emaitza berak, baina alorren arabera multzokatuta, ikusten dira Heldutasun Digitalaren Ereduko mailetan zehar alor bakoitzak duen bilakaeran.



Praktika batek digitalizazio maila egokia lortzeko, puntuazioak % 50 baino handiagoa izan behar du.

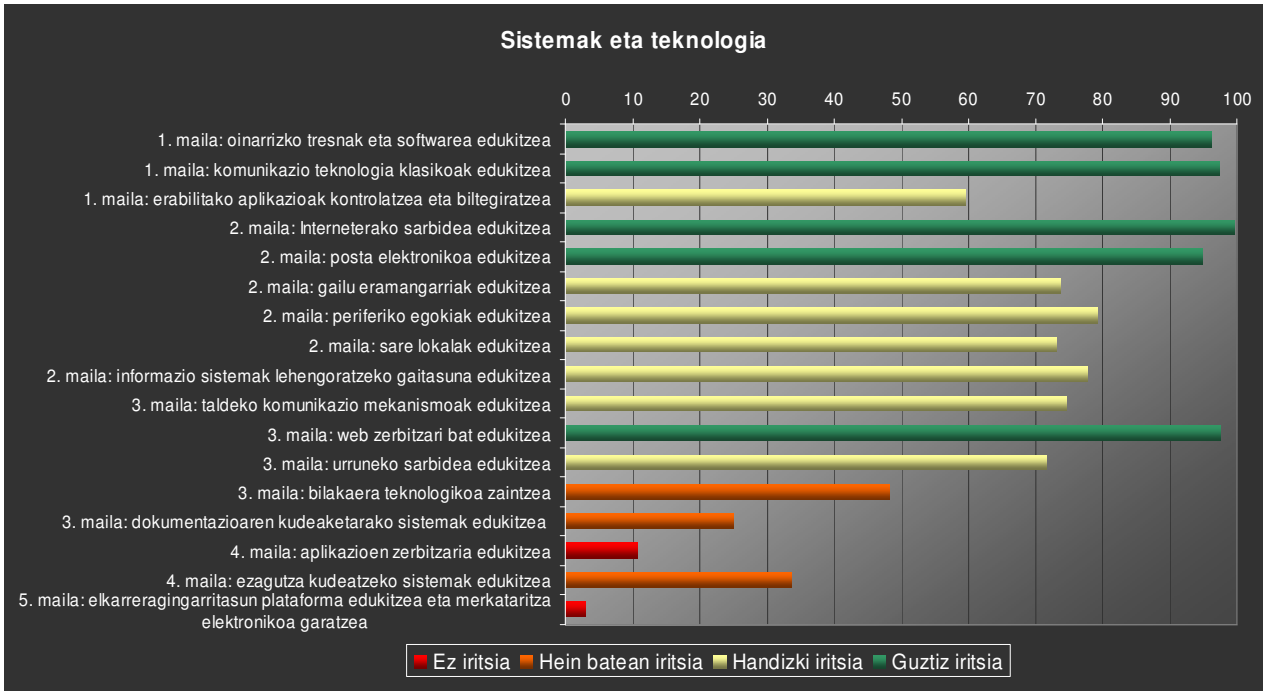
Oro har, alor guztietan gainditzen dira beheko mailak, kasu honetan 1., 2. eta 3. mailak. Azpimarratzekoa da enpresa gehienek badituztela negozioaren oinarrizko kudeaketa egiteko behar diren azpiegiturak eta teknologiak.

Logikoa den bezala, goiko mailak ez dira iritsi edo erdizka iritsi dira alor guztietan.

6. GOMENDIOAK

6.1 Arloz arloko azterketa

6.1.1 Sistemen eta Teknologiaren alorra



Oro har, “Sistemak eta Teknologia” alorra da heldutasun digital maila altuena erdiesten duena, batez ere ereduaren lehenengo mailetan, non enpresa gehienek alorreko helburuak lortzen dituzten. 3. mailatik aurrera, ordea, enpresek gabeziak dituzte beren sistemetan.

Gabezia horiek gainditzeko gomendioak:

- Urruneko sarbidea ahalbidetzen duten mekanismoak edukitzea; horrela, urruneko laguntza teknikorako erabiltzeaz gainera, enpresaren dokumentazioa eskuratu ahal izango da, edonondik, fisikoki enpresan egon behar izan gabe.

- Digitalizazio maila handia duten enpresentzat, beharrezkoa da kudeaketa sistema aurreratuak edukitzea. Kasu horretan, enpresaren aplikazio guztiak integratzeko gaitasuna duen sistema bat martxan jartzea gomendatzen da, kanpoko aplikazioak (banketxeak, hornitzaileak,…) barne.

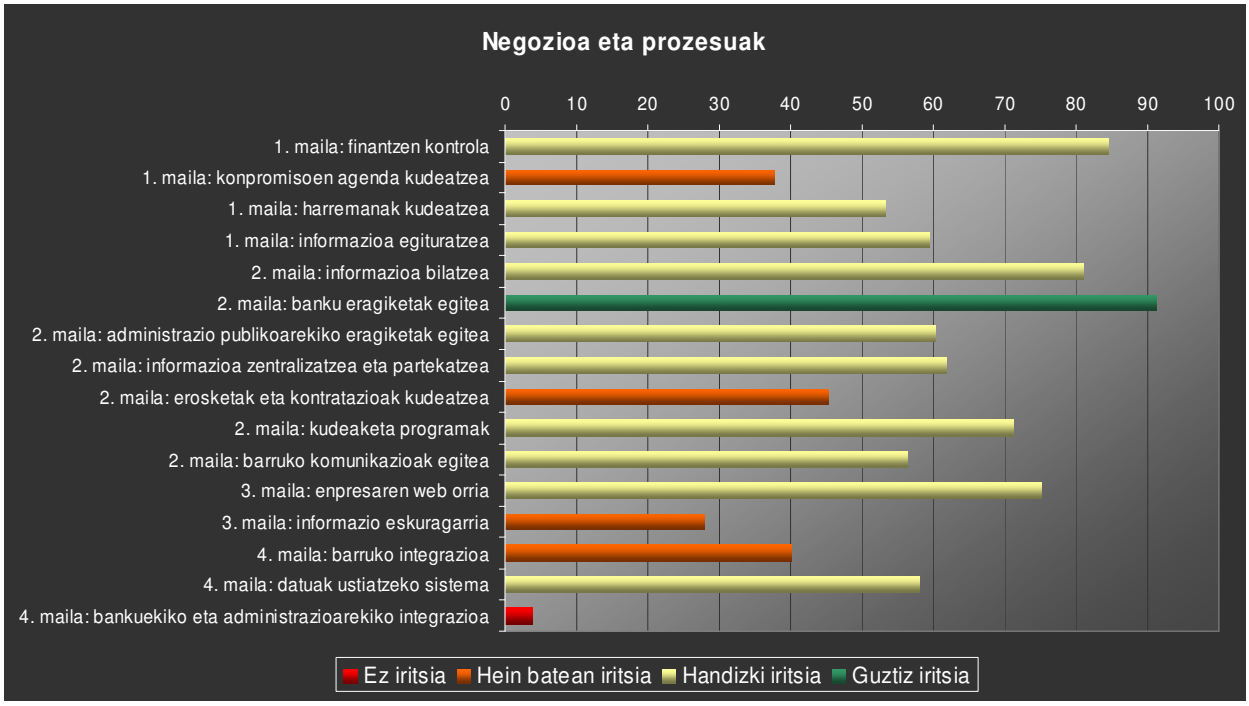
- Web orri korporatiboa kudeaketa aplikazioarekin integratzeko aukera ematen duen aplikazio zerbitzari bat edukitzea. Gainera, edukiak eguneratu ahal izango dira, eguneratze bakoitza web orria garatzen

duen enpresari eskatu beharrean. Horretarako, web orriaren ostatatzea ("hosting" delakoa) azpikontratatzen den bezala, aplikazio zerbitzaria ere berdin azpikontrata daiteke kanpoko enpresa batekin.

- Enpresaren know-how delakoa –edo "egiten jakitea"– da haren aktibo nagusia. Beraz, enpresarentzat gomendagarria da beharrezko mekanismoak ezartzea ezagutza hori guztia enpresan geratzen dela ziurtatzeko, enpresa osatzen duten pertsonen mugimenduak edozein izanda ere. Sistema mota horiei buruz, prozesuen kudeaketa argitzen duten gidaliburu errazak aurki daitezke, edo hainbat ekimen garatzea ahalbidetzen duten tresna konplexuagoak, hala nola wiki bat.

- Helburuak betetzeari dagokionez % 50eko langa gainditzen den arren, enpresako ekipamendu informatikoetan instalatutako aplikazioen kontrol zehatzagoa egitea gomendatzen da, baliabideak optimizatu ahal izateko eta mantentzeko. Horretarako, ordenagailu bakoitzean zein aplikazio instalatu diren jakiteko erregistro bat sortu behar da, eta aplikazio horien euskarri originalek erabilgarri egon beharko dute.

6.1.2 Negozioaren eta Prozesuen alorra



Ikus dezakegun bezala, Negozioaren eta Prozesuen alorrak zailtasunak ditu digitalizazio maila egoki bat iristeko, 1. mailatik hasita.

Alor horretan digitalizazioa hobetzeko, ondorengoa gomendatzen da:

- Enpresaren harremanak eta konpromisoen agenda modu digitalean kudeatzeko tresnak edukitzea, informazio hori modu zentralizatuan erabili ahal izateko.

- Detektatutako beste hutsuneetako bat enpresak erabiltzen dituen sistemetako informazioaren egituraketan zentratzen da. Gomendatzen da direktorio egitura bat edukitzea, bertan sailkatuta eta zentralizatuta enpresaren sail guztietako informazioa biltegiratzeko.

- Negozioaren kudeaketan, enpresa askotan tresna ofimatikoak edo berariazko kudeaketa tresnak erabiltzen dituzte, batez ere langile kopuruaren arabera. Kasu horietan, hotelen kudeaketa egiteko berariazko lanabesak erabiltzen hastea gomendatzen da, lanabes horiek eskaintzen dituzten funtzionaltasunak pixkanaka gehituz.

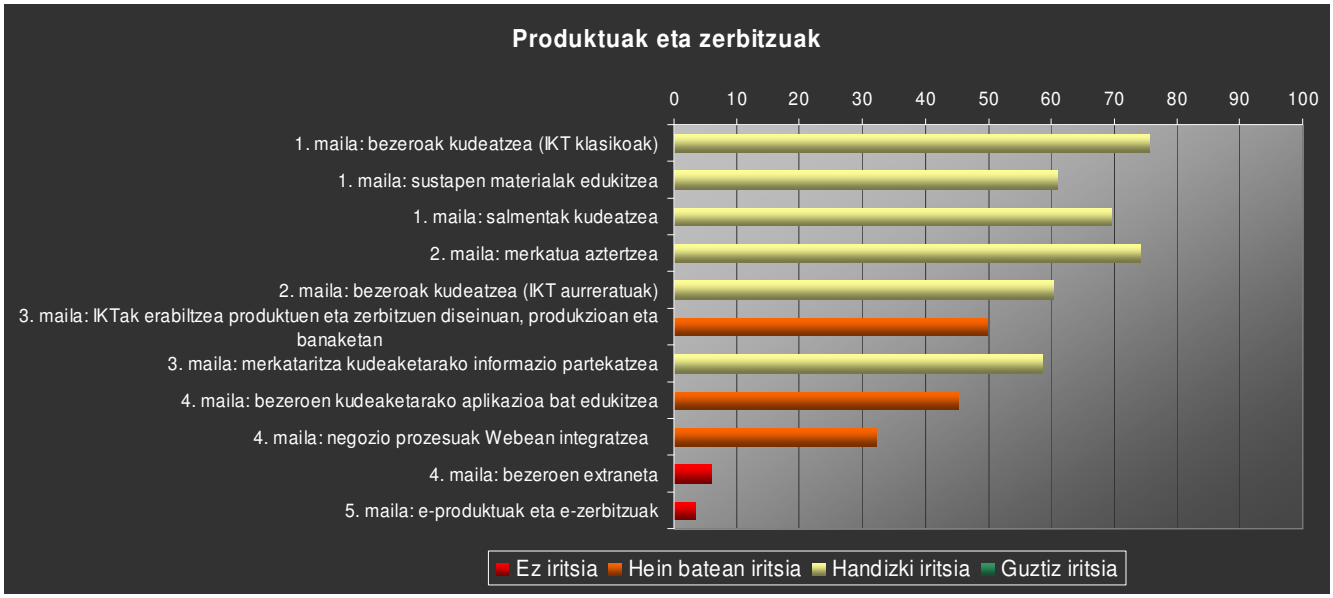
- Enpresetan IKTak gutxien erabiltzen diren prozesuetako bat erosketei eta kontratazioei dagokiena da. Egia esan, hotelen eta ostatuen hornitzaile askok ez dute zerbitzu mota hori eskaintzen; beste batzuek, ordea, bai, eta kasu horietan ere enpresek ez dute erabiltzen. Izan ere, zerbitzuen hornitzaile handiek (adibidez, telefono zerbitzua, ura edo gasa) lineako plataformak dituzte beren zerbitzuak kudeatzeko, eta, oro har, aztertutako hotelek eta ostatuek ez dituzte erabiltzen. Plataforma horien bidez, zenbait zerbitzu lor daitezke, hala nola lineako faktura eskuratzea, kontsumoen historia kontsultatzea, lortutako puntuak, etab.

  Zerbitzu mota horiek eskaintzen ez dituzten hornitzaileen kasuan ere, eskaeren jarraipen informatizatu bat egin beharko lukete, enpresen kudeaketa eraginkorragoa izan dadin, baina ez dute egiten.

- Ziurtagiriren bat duten enpresentzat, edo kalitate sistemaren bat martxan jartzeko prozesuan aurkitzen direnentzat, Intranet moduko web sistema bat edukitzea gomendatzen da; horrela, garrantzitsua den dokumentazio guztia puntu bakar batean kontsulta daiteke.

 © ESI

6.1.3 Produktuen eta Zerbitzuen alorra



Produktuen eta Zerbitzuen alorrean, digitalizazio maila aurreratuta dago hasierako mailetan, baina zailtasunak agertzen dira 4. mailatik aurrera.

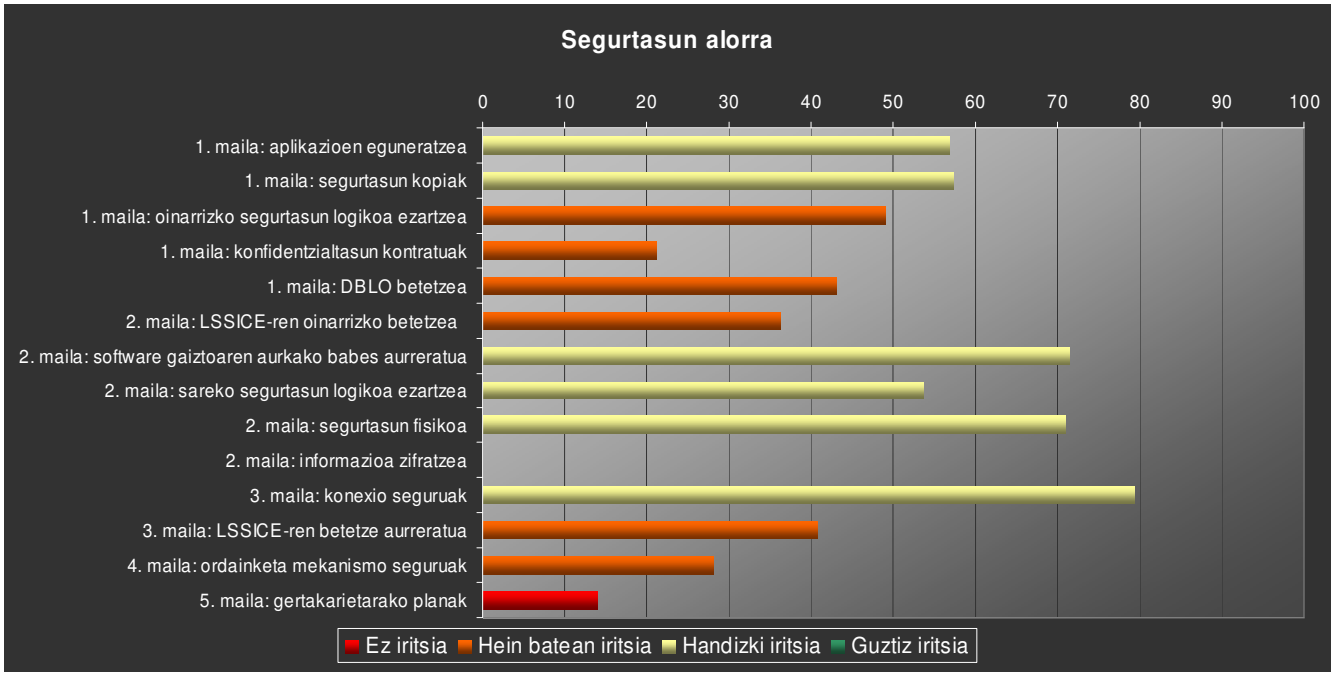
Hauek dira alor horretarako gomendioak:

- Enpresaren baliabide nagusia bezeroak dira. Bezeroei buruzko informazio guztia antolatzea ahalbidetuko duen sistema bat edukitzea aurrerapen garrantzitsu bat izan daiteke haien kudeaketan, informazio hori normalean enpresaren prozesu ugaritan (salmentak, marketina, zerbitzua) egoten baita banatuta.

- Enpresa gehienek bere produktuak eta zerbitzuak eskaintzeko Webgune bat dutenez gero, alor horren digitalizaziorantz beste urrats bat egitea gomendatzen da: webgunean merkataritza elektronikoko sistemak gehitzea.

- Bere webgunearen garapena oso aurreraturik duten hotel eta ostatuetan, bezeroek web orriko sail baten bidez –extranet baten bidez– parte hartzen dutela has daiteke. Besteak beste, honako oinarrizko zerbitzu hauek eskain daitezke: bezeroen bisiten historia, kontratatutako zerbitzuen historia, fakturak deskargatzea, etab. Orokorrean, hauxe gomendatzen da: ostatuan edo hotelean ostatu hartuta dauden bezeroentzat gogobetetze inkesta gehitzea enpresa bakoitzaren webguneko edukien artean.

6.1.4 Segurtasun Alorra



Enpresan digitalizazio maila egokiena lortzeko hutsune gehienak Segurtasunaren alorrean daude; beraz, konpromiso eta ardura gehien eskatzen duen alorra da.

Ebaluatutako enpresek hauetan bakarrik oinarritzen dute beren informazio sistemen segurtasuna: birusen aurkako sistema bat ipintzean eta segurtasun fisikoan.

Hala ere, neurri horiek guztiz urriak dira:

- Funtsezkoa da segurtasun logikoko neurrietan arreta handiagoa jartzea, hots, (sistemen erabiltzaileak definitzea, profil egokiak ezartzea –bakoitza bere baimenarekin–, kanpora joan aurretik ekipoak blokeatzea, isilpeko informazioa zifratzea, etab.).

- Enpresaren sistemetan dagoen informazioaren pribatutasuna babeste aldera, garrantzitsua da informazio hori eskura dezaketen pertsonei konfidentzialtasun klausulak jartzea.

- Enpresaren sistemetara urruneko sarbideak dauden kasuetan, konexio seguruak erabiltzea gomendatzen da, informazioa beste hirugarren pertsona batek eskura ez dezan bermatzeko.

- Proiektuak abiarazi behar dira Datuak Babesteko Lege Organikoa enpresaren informazio sistemetan aplikatzeko. Osagarri gisa, enpresetan sentsibilizazio lanak egin behar dira Informazioaren Gizartearen eta Merkataritza Elektronikoaren Zerbitzuen Legeak ezartzen dituen betebeharrak ezagutzeko eta betetzeko. Zenbaitetan,

legea ezartzeko proiektuak egin izan dira, baina ez dute jarraipenik izan, enpresen informazio sistemak legeari egokitzeko egin beharreko eguneratzeak ezagutzen ez direlako.

7. I. ERANSKINA: WEB EREMUAN EGOTEARI BURUZKO GALDEKETA GEHIGARRIA

Txosten hau egiteko erabilitako metodologiaren –heldutasun digitalaren Optima metodologia– osagarri gisa, galdera gehigarri batzuk zehaztu dira, betiere hotelek eta ostatuek Internet nola erabiltzen duten zehatz-mehatz aztertzeko.

- Oro har, web 2.0 lanabesak ez dira intentsiboki erabiltzen. Are gehiago, oso gutxi dira bideoa eta/edo argazkiak argitaratzeko plataformak ezagutzen dituzten enpresak.

  Web eremuko blog motako tresnei dagokienez, enpresek kontzientzia handiago dute, baina ezagutzak, denbora eta baliabideak falta zaizkie, horrelako tresna bat mantentzeko.

- Internet bidezko erreserben kudeaketari dagokionez, egin daitezke erreserbok, baina ez dira une horretan bertan berresten. Kasu gehienetan, posta elektronikoa erabiltzen da komunikazio bide nagusitzat Internet bidez datozen erreserbentzat.

  Gainera, kasu gehienetan ez da onartzen lineako eran ordaintzea erreserbaren fidantza, eta, ondoren, bezeroak ezin du bere erreserba web bidez kontsultatu.

- Bisitatutako hotelen eta pentsioen artean, oso gutxi dira Rumbo edo Amadeus bezalako erreserba zentral batekin zuzenean elkarlanean aritzen direnak; ia denek, ordea, zeharka lan egiten dute zentral horiekin, normalena erabiltzen dituzten bidaia agentzien (Viajes Marsans, Halcón Viajes, El Corte Inglés,…) bitartez.

- Internet lineako marketin plataforma bezala erabiltzea enpresaren web orrira mugatzen da. Batzuetan, mailing kanpaina bat edo beste egin izan da, baina ohiko bezeroei edo enpresei bakarrik zuzenduta. Gainera, banner-ak trukatzeko eta web orria bilatzaileetan kokatzeko kanpainarik ez da egiten.

- Enpresaren web orriaren estekak beste orri batzuetan agertzen dira, baina web espezializatuetan bakarrik (adibidez, Booking.com, Venere, TripAdvisor webguneetan); kasu gutxitan agertzen dira, ordea, elkarteen, udalen edo inguruko erakundeen orrietan.

- Enpresa gehienetan, ez dago kanpoko kontrataziorik gabe web edukiak –orriaren diseinua, deskribapenak edo argazkiak– aldatzea kudeatzeko aukera erraz bat ematen duen tresnarik. Enpresa horiek beren ohiko web hornitzailea baliatzen dute, nagusiki, lan horiek egiteko, horrek dakarren kostuarekin.

 © ESI

Edukiak kudeatzeko tresna bat dutenen kasuetan, tresna horrek tarifa aldaketak egiteko dituen funtzioak bakarrik erabiltzen dituzte.

- Web orrietan aurkitzen dugun hobetu beharreko ezaugarrietako bat: helmugari buruzko informazioa eskaintzea. Orokorrean, azaltzen da informazioa, baina oso oinarrikoa da, eta eduki estatikoekin, inguruko baliabideen web orrietara kanpo estekarik eskaini gabe.

8. III. ERANSKINA: ERABILITAKO BIBLIOGRAFIA

Jarraian, txosten hau prestatzeko erabilitako bibliografiaren zerrenda osoa eskaintzen da.

Oharra: kasu bakoitzean, dagokion web orrialdearen egungo erreferentzia ematen da, erabilgarri baldin badago.

- IET (Azterketa Turistikoen Institutua). Encuesta de Gasto Turístico EGATUR 2008.

  http://www.iet.tourspain.es/informes/documentacion/egatur/Egatur2008.pdf.

- Newsletter de HostelTur.com: e-comunicación para el turismo del futuro

  http://www.hosteltur.com

- OCDE (Ekonomia Lankidetza eta Garapenerako Erakundea). 2008. urteko txostena

  http://www.oecd.org/dataoecd/39/19/40556222.pdf

- Industria, Berrikuntza, Merkataritza eta Turismok Saila

  http://www.industria.ejgv.euskadi.net/r44-645/es/

- INE (Espainiako Estatistika Institutua)

  http://www.ine.es

- Espainiako turismo atari ofiziala

  http://www.spain.info

- ITH (Hoteletako Institutu Teknologikoa)

  http://www.ithotelero.com

- SEGITTUR (Teknologia Turistikoak eta Berrikuntza Kudeatzeko Estatu Sozietatea, S.A.)

  http://www.segittur.es

- turisTEC (Turismoaren sektorerako kluster teknologikoa)

  http://www.turistec.org/acercade/index.es.html

- Tecnotur (turismoaren, aisiaren eta bizi kalitatearen zentro teknologikoa)

  http://www.tecnotur.com.es