

Datos de distribución, la gran novedad de la renovada plataforma de datos para destinos de Turobserver

Turobserver lleva desde 2020 prestando apoyo integral a los destinos turísticos, de la mano de su plataforma de datos, sus informes de Smart Data y sus Destination Virtual Workshops, ferias virtuales a medida. Su nacimiento coincidió con la irrupción de la Covid-19, un contratiempo que supieron convertir en fortaleza poniendo en valor sus servicios y productos ante la gran necesidad de datos y de visibilidad de los destinos. Dos años después, su plataforma experimenta su primera gran renovación integral

Cindy Johansson, Project Manager de Turobserver, afirmaba estar convencida entonces de “haber elegido el momento adecuado para salir al mercado”, pero el virus la llevó a sentir que realmente “fue el momento el que los eligió a ellos”. Y es que actualmente, superado lo peor de la pandemia, y contando entre sus clientes con destinos como la Costa del Sol, Andalucía, Madeira, Benidorm, Costa Cálida, Granada o Almería, su plataforma de Smart Data experimenta su primera gran renovación integral:

Los destinos encontrarán en ella a su mejor aliada para impulsar su posicionamiento, comercialización y reputación, así como para la toma de decisiones estratégicas.

Máximo grado de adecuación, más de 300 fuentes de información, KPIs adicionales, rediseño del look & feel, navegación más intuitiva y nuevas formas de interactuar con los datos, son algunas de las claves de esta evolución, según Cindy, acometida atendiendo a cuatro pilares básicos: datos, funcionalidad, usabilidad y diseño.

Inmersos en un sector cada vez más digitalizado, las empresas que han identificado en los datos un importante filón comercial crecen día a día. Sin embargo, como se afana en destacar Pedro Díaz Burló, fundador de la compañía: .

Empresas de datos que decidan orientarse hacia el sector turístico hay muchas, pero empresas turísticas especializadas en la extracción y monitorización de datos, como Turobserver, apenas existen.

No en vano, la fusión de su know how turístico con un alma puramente tecnológica, ha llevado a Turobserver a ser catalogada como una de las 40 empresas más innovadoras del sector, y a su consideración como finalista en la categoría de Gobernanza de los pasados AMT Smart Destinations

Awards.

A lo largo de su trayectoria, como parte del grupo tecnológico Paraty World, han colaborado con más de 3000 empresas. Precisamente, la escucha activa a los distintos players del sector les ha permitido construir una herramienta que responde a necesidades reales y concretas y que, gracias a su tecnología pionera y avanzadas técnicas de web scraping, es capaz de ofrecer servicio a cualquier municipio o pedanía, aportando de forma muy ágil un dato fiable y de calidad, con el que se distancian de sus competidores.

Así, la oferta alojativa completa, incluyendo diferentes tipos de vivienda de uso turístico, la distribución por mercados y canales, la demanda hotelera, el perfil del viajero, la reputación online y la satisfacción del destino, son solo algunos de los indicadores que miden. Sus clientes actuales valoran, de acuerdo a las palabras de María José López, directora de ventas:

El modo en que la plataforma se adapta al destino, y no al revés.

Además, el hecho de contar con datos exclusivos, como los relativos a la distribución y la turoperación, se convierte en un gran valor diferencial, pues permite a los destinos “trabajar su competitividad, identificar oportunidades y debilidades en la comercialización, analizar el presente y el futuro del mercado, fomentar la co-gobernanza y favorecer la democratización del dato”, concluye María José.

Datos de contacto:

Daniel Romero Ugarte
Director de Comunicación Paraty World
666592008

Nota de prensa publicada en: [Torremolinos](#)

Categorías: [Nacional Turismo E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>