



Desafíos del *Big Data* para el Turismo en Chile



¿Qué es *Big Data*?

Refiere al gran volumen de datos producido por aplicaciones tecnológicas. Dicha acumulación de datos, una vez procesados, permiten ser analizados para generar información estratégica para la industria y las políticas públicas.

Aplicabilidad del *Big Data* en la Industria del Turismo

1. El análisis de la información producida, por ejemplo, por el uso de Tarjetas de Crédito emitidas en el extranjero, permite determinar volumen de ventas, para distintos rubros, en distintas regiones del país. En la actualidad, Chile, ha establecido un convenio con *Transbank* (administradora de tarjetas de crédito en el país), para obtener y analizar ésta información (ver <http://www.subturismo.gob.cl/gtce/>).
2. La evaluación de los destinos turísticos constituye importante información estratégica para el sector. Actualmente, la Subsecretaría de Turismo y la Universidad Andrés Bello, a través de la carrera de Ingeniería Civil Informática, se encuentran dando forma a un proyecto que permitirá la evaluación de los destinos, a partir del uso de redes sociales por parte de los turistas, tales como: Twitter, Instagram, Pinterest, Flickr, etc.

Las dos primeras nubes de palabras corresponden a palabras asociadas al nombre del destino turístico: Valparaíso, y Torres del Paine. La nube se construye a partir de la extracción de una muestra de tuiteos, en idioma inglés; extrayendo las palabras más relevantes y con mayor presencia, relativas al destino turístico. Revela -por ejemplo- lo importante que es el *street art* en Valparaíso, además de otras características percibidas de la ciudad. Respecto de Torres del Paine, se relevan actividades y características percibidas del destino.

La siguientes nubes corresponde al ejercicio contrario: se elige una palabra relevante, y se observa como emergen algunos destinos dentro de Chile: Santiago, Corral, Portillo, Concepción, Melipilla, etc. Para el caso de lo tuits en español, se escogió la palabra 'empanada', considerando que corresponde a la semana en que se celebra el '18 de Septiembre', fecha hito para el turismo en nuestro país.

...y en español...



Desafíos futuros..

- Evaluación de servicios y destinos turísticos.
- Establecer rutas turísticas en base las percepciones recogidas de las redes sociales, por ejemplo, “la ruta del *street art* en Valparaíso”.
- Determinar el movimiento entre regiones de los turistas, determinando las rutas que siguen -en especial- turistas extranjeros.
- Democratizar la información estratégica para todo el sector turístico.