

NOTA DE PREMSA

La gestió de les dades massives digitals ha de permetre conèixer i predir el comportament del turista i millorar l'estratègia del sector

Una quarantena de professionals d'empreses i institucions del sector turístic de les comarques de Tarragona, Barcelona i Lleida, han participat aquest dijous 12 de març a la jornada 'Agenda Estratègica del Grup de Destinacions de Thinktur. Com integrar el Big Data a la gestió de les destinacions?' celebrada a la Facultat de Turisme i Geografia de la Universitat Rovira i Virgili.

Organitzada pel LAB-IIT, el Laboratori d'Innovació i Intel·ligència Turística del PCT de Turisme i Oci de Catalunya i la Plataforma Tecnològica del Turisme Thinktur, amb la col·laboració del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona i la Facultat de Turisme i Geografia de la Universitat Rovira i Virgili, ha posat sobre la taula diversos exemples i casos pràctics de quines són les possibilitats d'ús de les dades massives.

La necessitat de gestió del Big Data és un repte per al sector ja que, com ha comentat Octavi Bono, director del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona, a l'inici de la jornada, davant el gran univers de dades digitals disponibles, aquestes tenen valor en la mesura que s'organitzin i contribueixin a l'estratègia de l'empresa.

En aquest sentit Antonio Guevara, coordinador de l'àrea tecnològica del Consorcio Desarrollo y Turismo de la Costa del Sol Occidental, ha destacat en la seva ponència que davant el fet que les tecnologies digitals ja formen part de tot el cicle de vida del turista, no n'hi ha prou amb incorporar nous sistemes per desenvolupar diversos processos per separat, sinó que cal apostar per la integració real dels diferents sistemes d'informació.

Els vuit municipis litorals de la Costa del Sol occidental van apostar fa tres anys per crear un Sistema Integrat de Gestió de Destinacions, en el que actualment formen part 95 empreses d'experiències i oferta complementària que participen a la prova pilot i més de 100 es preparen per integrar-s'hi. Aquest sistema fa possible que la destinació tingui més dades sobre les preferències i el comportament dels turistes i ciutadans, i disposi d'informació per a la gestió dels fluxos turístics. A més permet analitzar el ROI (Retorn de la Inversió) o rendibilitat de les accions i polítiques turístiques.

Per la seva part Roberto González, analista tecnològic de Telefónica I+D, va assenyalar respecte al big data que gestionar en base a dades no és nou, però sí que ho és intentar incorporar tot l'univers digital de dades que es genera cada dia per millorar la informació de què es disposa per prendre decisions. Va assenyalar que el volum de dades actual és tan gran que només per veure tots els vídeos que es puguen a Youtube en un dia, s'hauria d'estar 12 anys veient la televisió. Però la veritable revolució no és internet sinó els mòbils que, segons va assenyalar, s'estan convertint en un hub de sensors.

Roberto González va explicar diversos casos de coneixement generat per al sector turístic analitzant els senyals generats pels telèfons mòbils, en aquest cas de turistes estrangers a través del roaming, sempre aplicant tècniques d'anomització, agregació i extrapolació per

garantir la protecció de dades dels usuaris. Telefónica I+D ha analitzat el comportament dels creueristes que arriben a Barcelona i també, juntament amb el BBVA i Roca Salvatella, ha elaborat l'estudi 'Big Data y turismo: nuevos indicadores para la gestión turística' analitzant i comparant el comportament dels turistes de diferents països a Barcelona i Madrid.

Les dues ponències han mostrat algunes de les possibilitats existents, ara bé, queden alguns interrogants per tal que les destinacions i empreses puguin treure el màxim partit al Big Data, com el fet de l'estratègia de les grans empreses, de telefonia o financeres per exemple, en l'ús o compartició de les dades de què disposen; o l'aprofitament de les dades no estructurades que existeixen a les xarxes socials, blogs, fotografies, vídeos, fòrums, sensors, etc.

La jornada, que ha estat inaugurada per Marta Nel-lo, degana de la Facultat de Turisme i Geografia de la URV, Octavi Bono, director del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona, i Salvador Anton Clavé, director del Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci de Catalunya, s'ha tancat amb una sessió de treball per debatre i analitzar les principals necessitats tecnològiques del sector turístic dirigida per Jordi Calabuig, del LAB-IIT. Les idees sorgides s'incorporaran a l'Agenda Estratègica del Grup de Destinacions i Recursos Turístics de la Plataforma Tecnològica del Turisme Thinktur. Aquest grup és coordinat pel PCT de Turisme i Oci des de fa 5 anys.

La Plataforma Tecnològica del Turisme – Thinktur (www.thinktur.org) és un fòrum comú en el que els usuaris comparteixen informació i coneixements sobre l'aplicació de la tecnologia i la innovació per resoldre els problemes reals i concrets del sector turístic. És l'agrupació de tots els agents, tècnics, científics i sectorials, interessats en l'aplicació de la tecnologia al sector turístic, i rellevants estratègicament per la seva aportació als objectius de competitivitat, creixement econòmic, sostenibilitat i treball.

NOTA PER ALS MITJANS

Adjuntem **fotografies** de la benvinguda i de cadascuna de les ponències.

Tuits durant la jornada a l'**etiqueta #bigdatadestinos** :

<https://twitter.com/hashtag/bigdatadestinos>

Per a més informació: Comunicació del PCT, Meritxell Fuguet
977 394 868 o comunicacio@pct-turisme.cat