

Big Data y Turismo

Pedro Lichtle

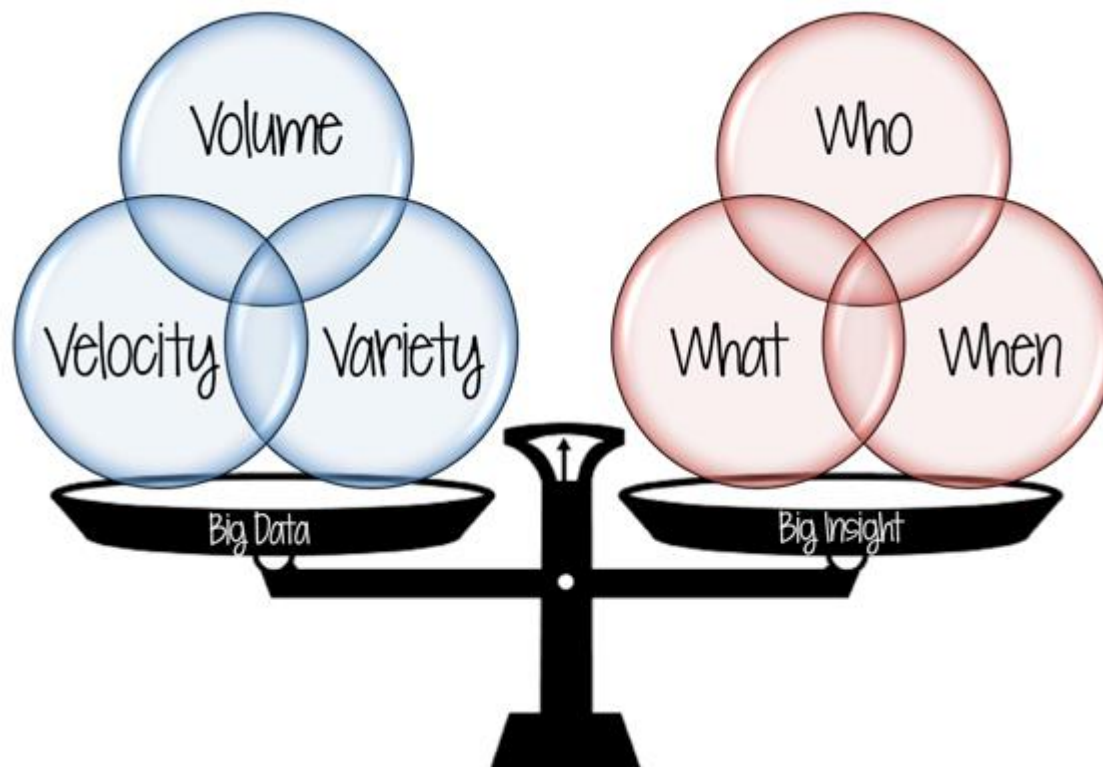
Director General de Integración de Información Sectorial
Subsecretaría de Planeación y Política Turística

plichtlef@sectur.gob.mx

Tel. 3002 6300 Ext. 1600

[@pedrolichtle](#)

¿Qué es Big Data?



El dominio de la información es una guía estratégica para la economía del conocimiento. (Carl Shapiro & Hal R. Varian)

¿Qué información puede aportar Big Data al sector turístico?

Los actores presentes en el sector, por ejemplo, cadenas hoteleras y el sector público tienen un interés natural en:

- niveles generales de precios
- actividad hotelera
- percepción de los turistas
- estrategias de mercado
- movilidad de los viajeros



Impacto de eventos puntuales: festivales, celebraciones, conciertos, eventos deportivos, congresos...



¿Y qué puede aportar el turismo al ámbito del análisis Big Data?

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas fundamentalmente por motivos de recreación... generando múltiples interrelaciones de suma importancia económica y cultural.

El turismo es un conjunto bien definido de relaciones, servicios e instalaciones que se generan en virtud de ciertos desplazamientos humanos...

Es un sistema abierto, de cinco elementos:

- uno dinámico, el turista;
- tres geográficos: región generadora, ruta de tránsito y región de destino
- un elemento económico, la industria turística

Fuente: Renato Quesada Castro, “Elementos de Turismo”, 2010.

¿Qué ventajas presenta el procesamiento de la información basado en Big Data?

- ✓ Costos bajos para un volumen mayor de información
- ✓ Acceso rápido y fácil de un número considerable de usuarios
- ✓ Información contextual, considerando la región geográfica de la extracción
- ✓ No hay sesgo como en las encuestas

Estrategia de Big Data para el turismo

- i. Pronóstico de variables
- ii. Volumen de flujos internacionales
- iii. Tendencias de los flujos domésticos
- iv. Características de la actividad turística en los destinos
- v. Movilidad en el destino
- vi. Segmentación del mercado y estructura de las Mipymes
- vii. Gasto y perfil de las transacciones comerciales



Twitter: Tuitero y Turista

- El número de usuarios de internet para acceder a redes sociales se ha incrementado hasta llegar a 15 millones en 2013.
- La penetración de internet es de aproximadamente 46 millones de usuarios a nivel nacional.

Variable	Tuitero	Turista
Edad	95% entre 18 y 49	87% entre 18 y 55
Ingreso	Medio y alto	Decil más alto
Origen	Nacional	Flujo doméstico

Twitter: Metodología

- Muestra con 1% tweets a nivel mundial.

Selección geográfica (rectángulo del territorio nacional)

Selección temporal (1,2 y 3 de febrero)

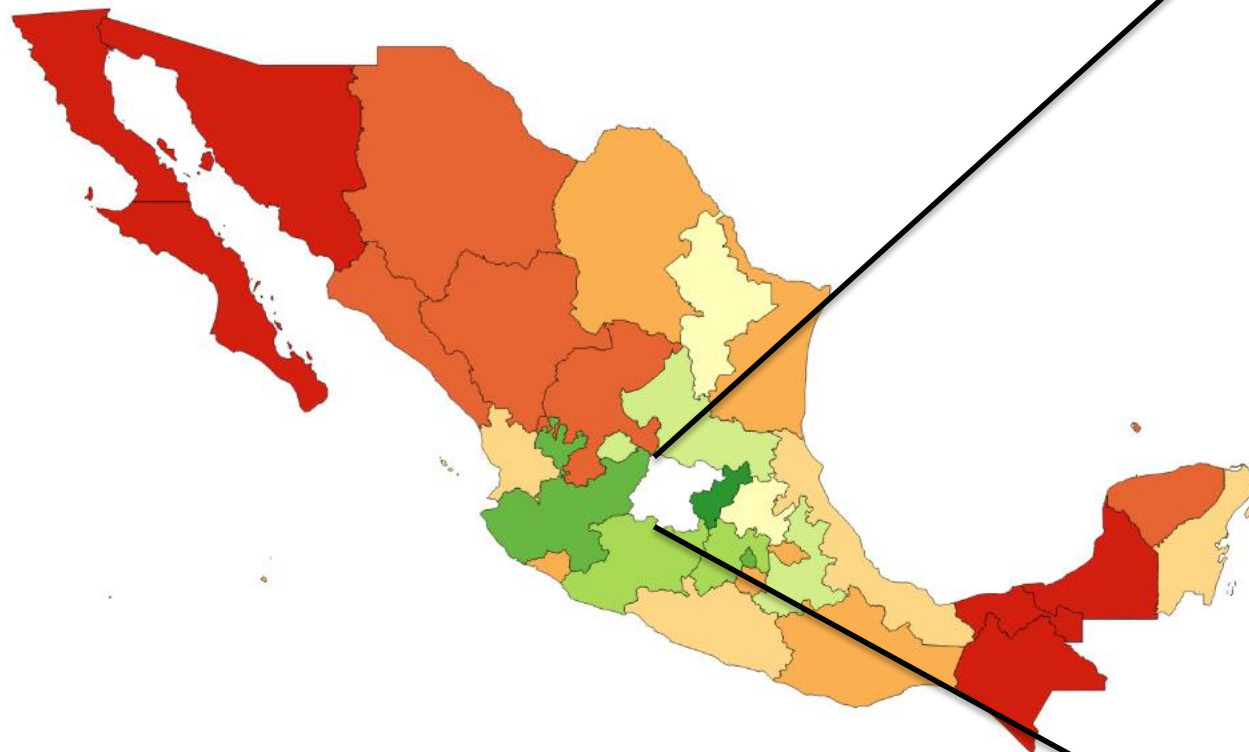
- Polígono de los casos de estudio (Puebla y Guanajuato).

Seguimiento por 15 días en la misma ubicación

Identificar entidad de origen del usuario

- Comparar resultados con Observatorio Turístico Estatal.

Origen de los visitantes a Guanajuato



Observatorio Turístico de Guanajuato: Perfil del Visitante

Distrito Federal

Querétaro

Jalisco

Estado de México

Michoacán

San Luis Potosí

Nuevo León

Puebla

Tamaulipas

Veracruz

Pedro Lichtle

Director General de Integración de Información Sectorial
Subsecretaría de Planeación y Política Turística

plichtlef@sectur.gob.mx

Tel. 3002 6300 Ext. 1600

[@pedrolichtle](#)