

Andalucía, 20 de abril de 2018

Andalucía recibe el Premio Alimara a la promoción en innovación turística por el proyecto Smart Data

Esta herramienta rastrea en tiempo real información de los destinos en 2.000 medios y procesa 1,3 millones de publicaciones mensualmente

La Consejería de Turismo y Deporte recibió ayer el Premio Alimara en la categoría de promoción en innovación turística, reconocimiento que se entrega a Andalucía por el proyecto Smart Data, herramienta de carácter regional y pública que tiene como objetivo reforzar la competitividad de los destinos y empresas de la comunidad.

El Campus de Turismo, Hostelería y Gastronomía (CETT), adscrito a la Universidad de Barcelona, convoca anualmente desde hace más de 30 años estos galardones para reconocer el esfuerzo y la calidad de la promoción turística tanto de instituciones como de empresas privadas.

De este modo, la categoría que ha recaído en el proyecto andaluz puesto en marcha el pasado año premia aquellas estrategias innovadoras que potencian la promoción de las organizaciones del sector y que contemplan acciones concretas alrededor de herramientas tecnológicas.

La organización de este acontecimiento destaca la innovación y amplia utilización de instrumentos digitales de la plataforma Smart Data y remarca que se trata de “la primera herramienta regional pública de inteligencia de negocio basada en Big Data para el sector turístico de toda la Unión Europea, 100% pública y gratuita”.

El galardón fue recogido por el consejero delegado de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, Cristóbal Fernández, en un acto celebrado ayer en Barcelona en el marco de la feria B-Travel, en la que el destino también presenta su oferta.

El Smart Data es un sistema para el análisis y tratamiento de la información y los datos que se generan relacionados con el turismo que se pone a disposición de organismos y empresas del sector para facilitar un mejor conocimiento del turista y del propio destino.

1,3 millones de publicaciones procesadas mensualmente

Esta iniciativa, basada en Big Data y en la inteligencia de mercado, ha arrancado en una primera fase con diez destinos como primeros usuarios -las ocho capitales andaluzas junto con las localidades de Marbella y Jerez de la Frontera-, a los que se sumarán más adelante ciudades adicionales de cada provincia y empresas turísticas.

La herramienta se alimenta de la inmensa cantidad de datos que la oferta turística es capaz de generar, haciendo un análisis cuantitativo y de inteligencia de mercado, de modo que permite rastrear información en 2.000 medios distintos, monitorizando de forma simultánea 200 términos clave y procesando 1,3 millones de contenidos y comentarios publicados mensualmente que son incorporados al sistema.

El sistema permite conocer en tiempo real qué se está hablando en la red sobre los destinos, medir la percepción y valoración que realizan los viajeros, recibir alertas sobre temas que sean tendencia, identificar en qué situación se encuentra el destino y realizar comparativas temporales y territoriales, entre otras utilidades.