

El Data City Monitoring aplicado al turismo clave para el sector según inAtlas

Las ciudades y los destinos turísticos necesitan nuevas herramientas para medir aquellos parámetros más inestables. La información debe ser monitoreada en plataformas inteligentes capaces de respaldar los procesos de toma de decisiones. Informa EKMB

Las ciudades, en general, y especialmente los destinos turísticos, necesitan nuevas herramientas para medir aquellos parámetros más inestables dentro de la dinámica de sus ecosistemas de integración como: la creación y cierre de empresas, el volumen y el impacto de la población flotante, que en ocasiones puede multiplicar por 10 el número de residentes, la capacidad de carga de los servicios o las medidas de seguridad necesarias para controlar las altas concentraciones de personas atraídas por lugares turísticos o específicos, ferias y eventos.

La información suministrada debe ser monitoreada por plataformas inteligentes capaces de respaldar y simplificar los procesos de toma de decisiones en las empresas, en la administración, instituciones u organismos. El monitoreo de datos es el seguimiento de determinadas acciones que pueden cuantificarse y que arrojan datos relevantes para la estrategia de planificación de los destinos. Se utiliza para prever, detectar, simplificar, invertir y hacer proyecciones a largo plazo al permitir detectar parámetros de patrones de comportamiento en el espacio y en el tiempo, así como cambios y anomalías.

inAtlas proporciona soluciones para comprender la dinámica urbana y turística a través de la computación de datos territoriales dinámicos, tanto del destino como de sus usuarios (turistas y residentes). Fáciles de escalar, para ciudades y destinos inteligentes, miden parámetros en constante variación y estado de cambio (personas, opiniones, sistemas de transporte, etc.).

Así pues, el análisis de los recursos turísticos y su impacto urbano posibilita dimensionar y analizar la oferta y demanda. El análisis de la demanda permitirá detectar las expectativas e intereses antes de la estancia, la experiencia y productos durante la misma y, la satisfacción después de esta. Con la información obtenida, se suministrarán nuevos productos atendiendo a los intereses, el seguimiento de la actividad sobre las existentes y la satisfacción con los productos.

La analítica de las redes sociales refleja perfiles y actividad social de la interacción en espacios urbanos y destinos turísticos de los visitantes según las siguientes variables: quienes son, cómo se organizan, de qué hablan, dónde están, dónde van y qué visitan. inAtlas ofrece reportes e informes automáticos con una periodicidad elegida por los clientes (semanal, mensual, trimestral).

En resumen, esta solución de inAtlas, según su CEO Luis Falcón “sirve entre otras cuestiones para: recoger las actividades y preferencias de los turistas, detectar nuevas áreas con alto potencial de atracción, seguir las actividades de las redes sociales, analizar las altas y bajas de las empresas del

sector así como su crecimiento de negocio en base a su ubicación. Los principales clientes son ciudades inteligentes; destinos turísticos, cadenas hoteleras, aerolíneas o ferias y agencias de eventos”. Este tipo soluciones, precisa Falcón, “son imprescindibles para poder tener una visión integral del cliente, personalizar los productos y servicios, ser pioneros y anticiparse en el turismo, un sector dinámico, innovador y altamente competitivo”.

inAtlas: empresa especializada en Location Analytics que ofrece soluciones estratégicas de negocios basadas en la ubicación. Ha creado una tecnología propia que aumenta la velocidad de cálculo de datos geoespaciales, permitiendo una alta flexibilidad de personalización, visualización e integración continua de bases de datos diversas. Desarrolla soluciones tecnológicas para gobiernos y para empresas privadas de bancos y seguros, telecomunicaciones, energía, hostelería, comercio mayorista y minoristas, concesionarios, fabricantes, así como modelos analíticos a medida para la búsqueda de prospectos espejos, lugares óptimos de expansión, oportunidades de ventas cruzadas y prevención de fugas. En joint venture con Informa D&B, líder español en la oferta de Información comercial y financiera de empresas, ofrecen una competitiva herramienta de Geom.

Datos de contacto:

En Ke Medio Broadcasting
912792470

Nota de prensa publicada en: [Madrid.- EKMB.](#)

Categorías: [Nacional](#) [Franquicias](#) [Turismo](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#) [Dispositivos móviles](#) [Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>