

Los festivales se convierten en fuentes de datos fundamentales para la promoción del sector turístico local

Estos grandes eventos se posicionan como uno de los mejores espacios donde recoger datos y como una de las mejores herramientas para adaptar las estrategias de turismo de los municipios de interior y costa. Según The Valley, tanto organismos públicos como entidades privadas están apostando por la contratación de perfiles especializados en big data y utilizan este análisis para obtener parámetros clave que permiten analizar el crecimiento turístico

Los festivales de música y eventos deportivos que reúnen en pocos días a miles de personas se han convertido en la mayor fuente de datos que analizar, además de un foco turístico que genera importantes impactos en las ciudades y regiones donde se celebran. Los sistemas de acceso implantados en estos acontecimientos, así como el envío de correos electrónicos permiten asociar la información de los asistentes a la marca, lo que genera una fuente de información ilimitada obteniendo datos como la procedencia, edad, gustos, acompañantes y lo más importante, cómo, cuándo y dónde consume.

El análisis de un gran volumen de datos a través de las estrategias de Big Data se ha convertido en una herramienta fundamental para el sector turístico, que ha visto cómo aplicar esta tecnología permite conocer las preferencias de los turistas y las tendencias del sector. Además, tener acceso a los datos sobre cómo se viaja, qué buscan y en qué se gastan el dinero los turistas es clave para mejorar los servicios ofrecidos y adaptarse a la demanda, dos pilares para el crecimiento del sector turístico tras la pandemia.

Juan Luis Moreno, CIO de The Valley señala que “estos datos medibles generan indicadores como la procedencia de los visitantes, tiempo de estancia, medio de desplazamiento o puntos de mayor interés en una región, que sirven para potenciar sus atractivos, mejorar sus deficiencias y optimizar la gestión de los recursos” Y confirma que “su análisis permite a las empresas hoteleras y otras compañías del sector ofrecer una experiencia de usuario mucho más satisfactoria, ya que gracias a la información obtenida podrán conocer, atraer y fidelizar a sus clientes al poder ofrecerles experiencias mucho más personalizadas”.

Por ejemplo, festivales como el Primavera Sound, que en su última edición en Barcelona reunió a una media de 80.000 asistentes al día, sumando un total de 500.000 generan una cantidad ingente de datos cuyo análisis los convierte en una herramienta esencial para los organizadores de este tipo de eventos, pero también para el sector turístico local, que se vio beneficiado con un impacto de 349 millones, y nacional, que puede obtener una idea de la demanda del público y una muestra de qué acontecimientos funcionan mejor en España. Elementos indispensables, como son las pulseras de acceso se convierten en una fuente de datos muy importante para los organizadores que pueden hacer un seguimiento del consumo de los asistentes al festival, ya que habitualmente, estas pulseras son el único medio de pago dentro del recinto.

Ante este contexto, los expertos de The Valley se reafirman en que el sector turístico tan solo es un ejemplo de cómo el Data Science & Big Data Analytics va a ir aplicándose en todos los sectores al tratarse de una herramienta capaz de analizar y predecir qué acciones funcionarán y cuáles fracasarán. Así, tanto organismos públicos como empresas privadas están apostando por la contratación y formación de perfiles especializados en Big Data y otras tecnologías como la inteligencia artificial. Es por eso, que perfiles como Chief Data Officer, Data Scientist o Business Data Analyst son cada vez más buscados en un mercado laboral donde todavía escasean estos profesionales. De hecho, la Comisión Europea espera que estos especialistas supongan el 10% del total del empleo en 2030, mientras que el Gobierno de España se ha fijado como objetivo aumentar los especialistas en Data, IA y ciberseguridad en 20.000 antes de 2025, según el último informe de empleo tecnológico publicado por el ONTSI.

Datos de contacto:

Arantxa Hernández
638721293

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

Categorías: [Comunicación](#) [Marketing](#) [Turismo](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>