



Asistentes a la segunda Jornada sobre Big Data y Turismo. INFORMACIÓN

## El Big Data para conocer al turista

► Expertos y profesionales ponen de manifiesto en la UMH el valor de los comentarios en las redes sociales

### Elche

**BORJA CAMPOY**

■ Conocer las opiniones y los comentarios de los visitantes resulta clave en el sector turístico, a la vez que es fundamental saber manejar con corrección esa ingente cantidad de información que representa el Big Data. Estas son algunas de las principales conclusiones a las que llegaron ayer los expertos y profesionales que participaron en la segunda Jornada sobre Big Data y Turismo organizada por la UMH.

Los viajeros han cambiado mucho su forma de planificar su tiempo de ocio en los últimos tiempos gracias a la tecnología. Esas herramientas también permiten conocer con mayor precisión sus gustos y tendencias, por lo que los productos a la carta serán un factor clave en un breve periodo de tiempo, si no es que lo son ya. Así lo explicó el director de Marketing de Marjal Resort, Carlos Pérez Fur, uno de los tres ponentes en la mesa redonda con la que se cerró la jornada, junto

a Nuria Mollà, de la UMH, y Mario Villar, responsable de Big Data en Hosbec (Asociación Empresarial Hotelera de Benidorm y Costa Blanca).

«Ahora sólo vemos la punta del iceberg y tenemos un gran terreno para trabajar», aseguró Villar. Este sociólogo considera fundamental que la provincia se refuerce como destino turístico inteligente, a la vez que deja entrever uno de los aspectos sobre los que hay que tener precaución a la hora de extraer conclusiones del análisis de datos: el público *millenniales* el que usa mayoritariamente las redes sociales.

Todos los participantes en la jornada organizada por la UMH coincidieron a la hora de señalar que la relación entre el Big Data y el turismo no ha hecho más que empezar y que va a ser un ámbito en el que se van a crear muchos puestos de empleo en los últimos años. «Las empresas se ven obligadas a reclamar a gente preparada y a ampliar sus departamentos», señaló Pérez Fur.

Uno de los últimos aspectos en el que los expertos pusieron el foco fue en la relación del análisis de datos con las nuevas formas tanto de viajar como de alojarse, con servicios como los que ofrece BlaBlaCar o Airbnb.