

GeoVit: Geoportal de visitas turísticas internas

GeoVit es una herramienta innovadora, fundamentada en el análisis del Mobile Big Data que permite conocer los patrones de movilidad turística en el Ecuador. Las cifras se encuentran disponibles en:

<http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>

1. Importancia del Turismo Interno

El turismo Interno promueve la generación de empleo y redistribución de ingresos, lo cual aporta al desarrollo económico local y rompe el esquema de centros urbanos de desarrollo. En base a las estimaciones, el aporte total del turismo interno a la economía del Ecuador es 1.86%.

2. ¿Qué es Mobile Big Data?

Es la información producida por cada uno de los usuarios de teléfonos móviles (celulares), la cual representa una cantidad ingente de datos, debido a la periodicidad y alta dimensión de variables que se recolecta. Los datos se originan a partir de los registros del tráfico en las antenas de telefonía móvil (radio bases receptoras) asegurando siempre el respeto por la privacidad de los usuarios.

3. ¿Por qué analizar el Mobile Data?

En la actualidad, el análisis de Big Data es una revolución humana, social y empresarial con un gran potencial para generar un impacto positivo. Mediante el análisis estructurado y normalizado de los grandes volúmenes de datos se pueden encontrar diversos patrones, que de ninguna otra manera podría ser visible.

Los avances tecnológicos, esencialmente los computacionales, son los que permiten procesar el Big Data a costa de un complejo proceso de parametrización para abstraer los patrones. Previo a la revolución digital no existían en el mercado productos similares que adopten esta arquitectura fuera del ámbito académico o de investigación.

El análisis de Big Data permite construir modelos sobre las preferencias, gustos, movilidad y comportamiento de las multitudes (agregación de personas con características similares), este último que puede ser también un modelo predictivo para ciudades, regiones o incluso a nivel nacional gracias a sofisticadas técnicas de inteligencia artificial y aprendizaje por ordenador (machine learning).

4. Big Data por el Bienestar Social (BD4SG)

Cuando el análisis de Big Data se hace con fines sociales, nace lo se conoce como Big Data por el Bienestar Social (Big Data for Social Good: BD4SG), el cual ofrece información valiosa para las instituciones públicas y privadas para facilitar la toma de decisiones y orientar sus actuaciones como por ejemplo catástrofes naturales, rutas de movilidad alternas, control de criminalidad o incluso control de epidemias o diagnósticos médicos.

El BD4SG es un área pionera de investigación en el comportamiento humano, del cual se busca conseguir avances en el Desarrollo Sostenible, en diversos aspectos, de los territorios o naciones.

5. Smart Steps aplicado al Turismo Interno

Es un componente dentro del análisis de Big Data encaminado al turismo interno, el cual utiliza los datos móviles anonimizados, agregados y extrapolados para reflejar el comportamiento real, no percibido, del movimiento de grupos de turistas. Esto permite conocer y analizar las dinámicas en cualquier zona específica (cantones, provincias) por nivel socioeconómico, tipo de turista, y franja temporal (día, semana o mes) y hacer comparaciones entre sí.

En consecuencia, Smart Steps permite conocer qué tipo de turista viaja a cada destino, las características del desplazamiento (distancia, permanencia, origen y destino), que a su vez relevan las preferencias reales de los turistas.

6. ¿Para qué nos sirve Smart Steps en el sector turismo?

Al conocer el comportamiento del turística con registros históricos, se puede predecir con una mayor exactitud la afluencia de las masas previo a la planificación del contenido, precios e inversiones para optimizar el resultado final. Con ello, los turistas tendrán mayor impacto y la industria tendrá retornos potencialmente superiores entre sus audiencias objetivo.

El análisis de patrones de movilidad turística en Ecuador permitirá también obtener las tendencias en las masas, contrastar los factores influyentes, los orígenes y destinos principales a los cuales la promoción turística debe ir encaminada, esto es, un enfoque inteligente en el marketing turístico.

De manera específica, Smart Steps aplicado al turismo interno potencialmente se convertirá en un insumo fundamental para la Planificación Territorial de los destinos turísticos, el Desarrollo de Productos de las operadoras turísticas y finalmente la comercialización y promoción de los mismos.

7. Transformación Digital Innovación

El 2018 fue denominado por la OMT como el Año de la Transformación Digital en el Turismo. Bajo este contexto el Ministerio de Turismo del Ecuador ha confiado en la inteligencia de datos para la obtención de información y producción de indicadores claves para gestión propia y la industria en

general. En la actualidad son pocos países que han desarrollado este tipo de análisis a favor del Turismo, lo cual posiciona al Ecuador como uno de los pioneros en cuanto a inteligencia de datos se trata.

8. Beneficios

Es menos costoso que una encuesta tradicional, tiene una representatividad y periodicidad incomparablemente mayor, y sienta un año base para el estudio del turismo interno en el Ecuador. Bajo estos tres aspectos se puede decir que esta estrategia de gestión del Ministerio de Turismo es efectiva, eficaz y se apega a las limitaciones presupuestarias del Estado. Con menos recursos se ha conseguido insumos más valiosos para la toma de decisiones.

