

Photo Data Tour Analytics, Plataforma pionera en el mercado de Smartdata que permite descifrar el comportamiento en redes sociales de los viajeros y ciudadanos en el destino

Objetivo del proyecto

La plataforma Photo Data Tour Analytics permite transformar millones de datos generados a partir del contenido visual (imágenes) y las experiencias compartidas (comentarios) que muestran el comportamiento turístico de los viajeros en redes sociales, mediante la implementación de algoritmos de Inteligencia Artificial, en información útil y valiosa. Se trata de una iniciativa pionera, un cuadro de mando dinámico, de fácil uso e interpretación por parte de cualquier gestor, que sitúa al viajero en el foco, convirtiendo los datos en conocimiento turístico.

Esta proyección de su visita permite desvelar rincones de interés y actividades que inspiren a gestores y empresas a implementar y adaptar nuevos servicios turísticos. Analiza, entre otros aspectos:

- Los puntos turísticos visitados en el destino, los más fotografiados y conocidos, pero también aquellos no tan habituales y que suscitan interés, descubriendo así, nuevos lugares atractivos para el viajero.
- El perfil de las personas que se fotografían en diferentes lugares del destino turístico, como puede ser su género, edad, el grupo con el que viajan, y en qué época del año.
- Las impresiones que muestran tras finalizar su experiencia.
- Cómo son los diferentes tipos de influencers y qué publican sobre el destino.
- Las emociones sentidas y transmitidas por los usuarios en las fotografías que comparten.
- Cómo se comunican, qué opinan sobre la experiencia que están viviendo, y en qué idioma, descubriendo sus propias expresiones dignas de una campaña de comunicación.

Gracias a esta plataforma web especializada en turismo, diferentes stakeholders pueden modernizar su toma de decisiones adecuándolas a las necesidades de cada gestor turístico, mediante el análisis de datos acumulados desde hace más de diez años. Le permite generar informes a medida sobre el perfil de los turistas desde una nueva perspectiva: su propia visión del destino, aquellos lugares que le llaman tanto la atención como para destacarlos a través de sus fotografías, pudiendo observar concretamente qué, cuándo, dónde y de qué manera lo viven y lo que opinan al respecto, es decir, viendo el destino con sus propios ojos y sus propias palabras.

Además, Photo Data Tour Analytics permite también al visitante personalizar su propio viaje a través de las experiencias compartidas tanto por otros turistas, como por la particular visión de los propios ciudadanos, pudiendo disfrutar de un viaje único adaptado a cada perfil de viajero.

Conocer la información proveniente de viajeros y ciudadanos posibilita a través de procesos de coproducción, aportar ideas generadoras de nuevos servicios turísticos, fomentando y mejorando los procesos de servucción en la ciudad.

Participantes del proyecto

Grupo de investigación MKTING Research, Área de Comercialización e Investigación de Mercados, Departamento de Dirección y Economía de la Empresa de la Universidad de León, www.unileon.es

SCAYLE, Supercomputación Castilla y León, www.scayle.es

Periodo de ejecución

2022 a 2024.

Financiación del proyecto

POC, Financiado a través de la Fundación General de la Universidad de León y de la Empresa (FGULEM).

Funciones de SCAYLE

SCAYLE ha permitido procesar y analizar la información a través de técnicas de *machine learning* y *deep learning*.

Justificación del proyecto

La finalidad de Photo Data Tour Analytics es descifrar el comportamiento en redes sociales de los viajeros en el destino, a través del contenido visual y sus experiencias compartidas, mediante un análisis extenso y profundo in situ obtenido tras la

implementación de algoritmos de Inteligencia Artificial. Photo Data Tour Analytics es el fruto de dos años de trabajo de un equipo multidisciplinar con más de 25 años de experiencia en áreas como el comportamiento del consumidor, marketing turístico y, más recientemente, en ciencia de datos, y técnicas disruptivas: inteligencia artificial, machine learning y deep learning.

Líder del proyecto

MKTING (Grupo de Investigación Reconocido).

El grupo de investigación MKTING Research está integrado por seis profesores y un contratado predoctoral pertenecientes al área de Comercialización e Investigación de Mercados y dos profesores del área de Estadística, todos ellos de la Universidad de León. Este equipo ha dirigido o participado en más de 40 proyectos de investigación entre convocatorias competitivas y no competitivas, tanto nacionales como europeas. Además, ha firmado convenios y colaborado con diversos organismos públicos y empresas en la realización de estudios de mercado y consultoría en las áreas de Consumer Behaviour, Consumer Insights Brand management, B2C y Engaging Communication.

PLANIFICA TU VIAJE

edad género mes época del año día semana

número de posts Instagram



puntos de interes	nº de posts
Catedral de León	125
Barrio Húmedo	59
León	42
Parador de San Marcos	28
MUSAC	19
El Cid - Barrio Romántico	16
Museo Casa Botines Gaudí	16
Plaza Mayor, León	15
Zielo	12
Real Colegiata Basílica de San Isidoro	11
Plaza Del Grano	10
Río Bernesga	10
El Gran Café	8
Hotel Conde Luna	7
Nimú Azotea	7
Plaza de Santo Domingo	7
Jardín de San Francisco	6
Kamado Asian Food	5
La Bonita	5
Calle Ancha	4
Cocinandos	4
Hotel Silken Luis de León	4
Mamá Tere	4
Murallas de León	4
Paseo de la Condesa de Sagasta	4
Tribeca Snack Bar	4
Calle Ruiz De Salazar	3
Camarote Madrid	3
Cielito Mio	3
Plantación Gasterbar	2
Total	525

Cuadro de mando principal de la plataforma Photo Data Tour Analytics.