



ENFOQUE

El Big Data en el sector turismo

JORGE AMADEO MEDICINA DI PAOLO
 DIRECTOR DE LA CARRERA DE ECONOMÍA
 UNIVERSIDAD DE LIMA

EN EL I Congreso Internacional de Inteligencia Turística y Competitividad –celebrado en Málaga por la Escuela de Negocios Next International Business School, de Madrid– se abordó el tema del Big Data turístico, que se debe entender como un recurso nuevo para el desarrollo del turismo que debe ser aprovechado a pleno empleo.

El sector turismo en el Perú aún no está siendo aprovechado a su máxima capacidad por la falta de infraestructura, escasa seguridad, poca eficiencia y calidad en muchos productos servicios que ar-

ticulan el turismo y que hoy, lamentablemente, no podríamos decir aún que el sector es integrador. El propio Estado destina escaso presupuesto para el sector, para un país que supera 1'285,000 kilómetros cuadrados con pronunciados accidentes geográficos.

En un mundo más globalizado y a la vez más empresarial se abren oportunidades para explorar y abrir mercados que podrían dinamizar el propio sector cumpliendo la articulación integradora con actores que se vinculen con el turismo, tanto de salud, gastronómico, avistamiento de aves, de aventura o del tipo que sea, pero que aporten a la creación de riqueza del PBI con mayor empleabilidad e ingresos por persona. Además, aplicar el



Big Data como instrumental de medición tendría la finalidad de interpretar las necesidades del mercado (cliente y productor) de manera coordinada, segmentada y sistematizada para cada producto y servicio reflejado en la cadena de valor del sector. Ello nos llevará a una mejor articulación para la planificación y ejecución entre la empresa privada, Estado y sociedad y familia.

El Big Data no solo es una acumulación de datos, es necesario saberlos agrupar e interpretarlos para adquirir la información necesaria con el conocimiento adecuado para ir minimizando las asimetrías y la falta de transparencia. Eso ayudará a que los mercados se comporten de manera más competitiva por la transparencia de la información, reduciendo costes con una economía de escala creciente. Con el buen manejo del Big Data podrá optimizarse el tiempo de los factores productivos que el Perú necesita para transformarlos en bienes y servicios de calidad y, con ello, ir cerrando las brechas de desigualdad y de distribución.

Desde una perspectiva económica, el sector turismo

en el Perú tiene el potencial suficiente para generar empleos de tipo directo e indirecto formal, pero al parecer nos falta conocer esta asignatura pendiente del manejo del Big Data turístico como un instrumento nuevo y necesario para disponer y acceder a la información turística masiva. Según datos del INEI, el sector turismo receptivo como local podría alcanzar un equivalente del 7% del PBI anual, pero la realidad presente nos dice que apenas equivale a un 3.5% desde hace un lustro atrás. Esperemos que en las próximas semanas sea parte de la agenda para el debate presidencial y divulguen la importancia de hacer crecer un país con una importante industria que no contamina y generadora de divisas como es el turismo integrador.