

EVALUACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS MEDIANTE LA TECNOLOGÍA DE LA CIENCIA DE DATOS

Carlos Mario Amaya Molinar
Universidad de Colima - México
Pedro Magaña Espinoza
Siteldi Solutions - Colima, México
Ileana Ochoa Llamas
Universidad de Colima - México

Se presentan resultados de un estudio exploratorio aplicando una metodología de Big Data a dos destinos turísticos mexicanos, utilizando la modalidad de análisis de sentimientos y opiniones en comentarios publicados en línea sobre cuatro modalidades de servicios turísticos: atractivos turísticos, hospedaje, alimentos y bebidas y transporte. La metodología emite evaluaciones positivas, negativas y neutras sobre cada uno de los establecimientos y servicios analizados; los datos se tomaron de los blogs turísticos TripAdvisor y VirtualTourist. En los servicios analizados, los resultados muestran que, en general, Los Cabos obtiene más comentarios positivos que Cancún, con excepción de los servicios de transporte, que presentan resultados negativos en ambos destinos turísticos. Más que enfocarse en los aspectos generales presentados en los trabajos tradicionales sobre imagen y competitividad de los destinos turísticos, la metodología empleada aporta resultados puntuales sobre tipos de servicios, atractivos y establecimientos. Los resultados preliminares resultaron satisfactorios y la metodología puede aplicarse a otros destinos y servicios turísticos.

PALABRAS CLAVE: *destinos turísticos, Big Data, competitividad, imagen, experiencia de visita.*