

ESCUELA DE  
INGENIERÍA INFORMÁTICA



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE  
VALPARAÍSO

# ANÁLISIS Y MEJORA DE LA EXPERIENCIA DEL TURISTA

MATÍAS BUGUEÑO  
FABRIZIO MURA

•

SEMINARIO DE TÍTULO  
AGOSTO 2025

# ÍNDICE GENERAL

<b>Índice General</b>	i
<b>Lista de Figuras</b>	ii
<b>Lista de Tablas</b>	iii
<b>Lista de Algoritmos</b>	iv
<b>Lista de Símbolos</b>	v
<b>Glosario</b>	v
<b>1 Introducción</b>	1
<b>2 Objetivos</b>	3
2.1 Objetivo General . . . . .	3
2.2 Objetivos Específicos . . . . .	3

## **LISTA DE FIGURAS**

## **LISTA DE TABLAS**

## **LISTA DE ALGORITMOS**



# 1. INTRODUCCIÓN

En el último siglo las tecnologías han avanzado a pasos agigantados, las nuevas tecnologías, dispositivos, el uso de IoT y Edge Computing, la IA generativa últimamente que ha generado cambios completos en la sociedad y que da para un survey completo de estado del arte, Paradigmas o arquitecturas como Zero Trust entre muchas otras tecnologías han cambiado la forma en que la sociedad vive, convive, se expresa, siente o incluso viaja. Es aquí donde debemos hablar sobre como las personas (a resumidas cuentas) perciben y sienten los touchpoints de las aplicaciones y/o sistemas, que aunque podría tener una definición más amplia es donde podemos reconocer el concepto de UX.

El concepto de UX puede abarcar muchos puntos, pudiendo ser definida abarcando distintos aspectos de la experiencia de los usuarios, pero a modo general podemos definirla como un conjunto de percepciones, emociones, respuestas, tanto físicas como psicológicas de los usuarios antes, durante y después del uso de una aplicación (aunque principalmente deberíamos concentrarnos en el durante representado por los touchpoints de los usuarios con el sistema, ya que representan el momento en que comúnmente se asocia una buena o mala UX del sistema). Considera todo tipo de interacción del usuario (sobre todo touchpoints) con el sistema, factores como la usabilidad son muy importantes, accesibilidad, satisfacción general, hedonismo también van relacionados y podríamos considerar muchos factores más, ya que la UX y sus derivados son conceptos multidimensionales y que necesita un acercamiento más holístico para llegar a un marco más amplio, sobre todo porque sus derivados son iguales o se ven influenciados por muchos factores como lo son la Customer Experience (CX por sus siglas en Inglés)

CX es .....

TX es una disciplina que corresponde a un caso particular de CX (A su vez relacionada con UX), pero con la particularidad de que estudia a los sentimientos, sensaciones, experiencias y muchas más dimensiones asociadas a la relación Turista - Viaje en los momentos antes, durante y después del mismo, relación que puede verse a su vez afectada por múltiples factores, otorgándole una dimensionalidad infinita, considerando que en el ámbito de los viajes el turista puede verse afectado positiva o negativamente por tantas variables como factores influyen en nuestra vida diaria, teniendo ideas preconcebidas de los lugares que visitará incluso sin saberlo o haberse dado cuenta (sobre todo cuando se trata de publicidad o campañas que tienen por objetivo que sin darse cuenta implanten una idea sobre determinado tema en las personas).

TX posee muchas definiciones distintas y muchos autores han intentado llegar a un consenso de qué es realmente, en qué consiste, qué factores estudia, de dónde se origina, cuantas dimensiones contempla, entre muchos más factores, pero lo que sí podemos decir es que podríamos considerarlo un constructo Holístico y multidimensional, derivado como un caso particular de CX (concepto asociado directamente a UX) donde el Customer utiliza servicios como productos o sistemas asociados a viajes. TX Según Matus et al. (2023) se cree que, “la Experiencia Turística (TX)

puede referirse a las percepciones subjetivas cognitivas, afectivas, sensoriales y conativas, ya sean negativas o positivas, e influenciadas por factores situacionales, que tiene un turista al interactuar con las marcas antes, durante y después del viaje, incluyendo sus resultados.”(p. 10). por lo que podemos

## **2. OBJETIVOS**

En esta sección del proyecto se detallan los objetivos generales y específicos que se pretenden alcanzar con el desarrollo del mismo, además de establecer un marco para la evaluación continua y la mejora de la experiencia del usuario.

### **2.1. Objetivo General**

Nuestro objetivo general es identificar, analizar y mejorar todas las problemáticas que afectan la experiencia del turista (TX) en plataformas digitales de turismo, tales como Booking, TripAdvisor y/o Trivago, mediante el uso de técnicas de procesamiento de lenguaje natural (NLP) y análisis de datos para extraer información relevante de las reseñas de usuarios y proponer soluciones que optimicen la experiencia del usuario en la planificación y reserva de viajes.

### **2.2. Objetivos Específicos**

Nuestros objetivos específicos con respecto a este proyecto son los siguientes:

- Recolectar reseñas de usuarios de plataformas turísticas digitales tales como Booking, TripAdvisor y/o Trivago utilizando técnicas de web scraping de forma automatizada.
- Procesar las reseñas recolectadas utilizando técnicas de procesamiento de lenguaje natural (NLP) para extraer información relevante sobre la experiencia del usuario.
- Generar modelos de clasificación de heurísticas de la experiencia del turista (TX) basados en las reseñas procesadas.
- Hacer uso de técnicas de clustering y los modelos construidos para agrupar las reseñas en categorías temáticas relacionadas a las heurísticas de la TX.
- Analizar los datos procesados para identificar patrones y tendencias en las opiniones de los usuarios sobre destinos turísticos y servicios relacionados.
- Desarrollar un modelo de clasificación de sentimientos para categorizar las reseñas en positivas, negativas y neutrales.
- Analizar a través de herramientas estadísticas y de visualización de datos los resultados obtenidos del análisis de las reseñas y calificar a qué heurísticas de la TX pertenecen.
- Proponer recomendaciones o mejoras para un posible diseño o rediseño de plataformas/aplicaciones que mejoren la experiencia del turista.
- Evaluar la efectividad de las recomendaciones implementadas a través de métricas de satisfacción del usuario y análisis de datos.

ESCUELA DE  
INGENIERÍA INFORMÁTICA



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE  
VALPARAÍSO

## TÍTULO DEL TEMA DEL TFT

NOMBRE ESTUDIANTE 1

NOMBRE ESTUDIANTE 2

PROFESOR GUÍA: NOMBRE PROFESOR

PROFESOR CORRESPONENTE: NOMBRE PROFESOR CORRESPONENTE

INFORME DE AVANCE/FINAL SEMINARIO/PROYECTO DE TÍTULO

NOMBRE CARRERA

JULIO 2024

ESCUELA DE  
INGENIERÍA INFORMÁTICA



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE  
VALPARAÍSO

## TÍTULO DEL TEMA DEL TFT

NOMBRE ESTUDIANTE 1  
NOMBRE ESTUDIANTE 2

PROFESOR GUÍA: NOMBRE PROFESOR

PROFESOR CORRESPONENTE: NOMBRE PROFESOR CORRESPONENTE

INFORME FINAL DE PROYECTO DE TÍTULO  
PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE  
NOMBRE DEL TÍTULO PROFESIONAL  
JULIO 2024