



**HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA EL DESARROLLO
DEL TURISMO
TECHNOLOGICAL TOOLS FOR TOURISM DEVELOPMENT**

Noelia Lisset Castillo Albares¹
Universidad Nacional de Frontera-Perú
2020202008@unf.edu.pe
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-1142-4322>

Antonella Yamille Nole Mendoza²
Universidad Nacional de Frontera-Perú
2020102020@unf.edu.pe
ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-8114-0334>

Carlomagno Sancho-Noriega³
Universidad Nacional de Frontera
csancho@unf.edu.pe
<https://orcid.org/0000-0002-6828-675X>

Resumen. Las herramientas tecnológicas se han ido desarrollando en la actualidad junto con el sector turístico, buscando creativamente fomentarlas, desarrollarlas y difundirlas, generando así nuevos ingresos que beneficien la economía de los países. Para el desarrollo del artículo de revisión se seleccionaron 40 artículos publicados entre 2018 y 2022, dándonos a conocer los avances tecnológicos y cómo han evolucionado estas herramientas de acuerdo a sus investigaciones actualizadas, trabajando de la mano con el sector turístico que busca implementar y actualizar nuevas acciones o actividades que beneficien tanto a sus consumidores como a las personas que se están incorporando a este sector, generando una red entre la oferta y la demanda, por lo que estos artículos nos dan respuesta a los objetivos planteados, que son: Analizar las herramientas tecnológicas que ayudan al desarrollo del sector turístico, reconocer los beneficios de implementar herramientas tecnológicas, determinar cómo las herramientas tecnológicas han ido innovando en el sector turístico y evaluar e identificar la información recopilada sobre el tema. Finalmente, ambas variables tienen efectos sobre el



REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 2, Número 5.
abril – junio 2023

conocimiento, los negocios y todo lo relacionado con el desarrollo en la actualidad con respecto a las tecnologías y el sector turismo.

Palabras claves: Herramientas, tecnología, desarrollo y turismo.

Abstrac. Technological tools have been developed today together with the tourism sector, creatively seeking to promote, develop and disseminate them, thus generating new income that benefits the economy of the countries. For the development of the review article, 40 articles published between 2017 and 2022 were selected, letting us know the technological advances and how these tools have evolved according to their updated research, working hand in hand with the tourism sector that seeks to implement and update new actions or activities that benefit both its consumers and the people who are joining this sector, generating a network between supply and demand, so these articles give us an answer to the stated objectives, which are: Analyze the tools technologies that help the development of the tourism sector, recognize the benefits of implementing technological tools, determine how technological tools have been innovating in the tourism sector and evaluate and identify the information collected on the subject. Finally, both variables have effects on knowledge, business and everything related to current development regarding technologies and the tourism sector.

Keywords: Tools, technology, development and tourism.

1. Introducción

Las tecnologías a medida que pasa el tiempo se vuelven necesarias para el ser humano en ciertos aspectos de la vida, nos facilita tanto en la administración e intercambio de información dada las circunstancias, dentro del rubro turístico que es un campo dinámico y está en constante movimiento, actualización y crecimiento, las tecnologías se vinculan a este rubro; como son en el marketing, recolección de información, como también en la era de la social media. Estos factores aportan al crecimiento económico en el país donde se desarrolle el turismo y si estos tienen gran demanda traería mejores resultados, los constantes cambios que suele presentar el mercado junto con la intensa competencia obligan a las empresas a ser flexibles y adaptables al alcance de los consumidores, entonces también confluye en cuanto al excursionista, viajero y turista, los cuales planifican una ruta que los ayude a disfrutar de un país atractivo donde se



REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 2, Número 5.
abril – junio 2023

desarrolle ciertas actividades turísticas, en conjunto a las acciones que se toman en base a las situaciones de la vida cotidiana.

En el presente artículo de revisión se basa en los siguientes objetivos, el cual tiene como objetivo general; Analizar las herramientas tecnológicas que ayuden al desarrollo del sector turístico, asimismo los objetivos específicos son: Reconocer los beneficios de implementar las herramientas tecnológicas, Determinar cómo las herramientas tecnológicas se han venido innovando en el sector turístico y Evaluar e identificar la información recolectada del tema. Logrando intensificar de esta manera la solución y respuesta para el desarrollo del artículo de revisión denominado “Herramientas tecnológicas para el desarrollo del turismo”. En esta investigación se analiza el papel de la innovación y se resaltan los elementos que afectan la capacidad de una empresa para gestionar su desempeño y mantener su ventaja competitiva en el mercado. Según Giotis y Papadionysiou (2022) “La innovación es una herramienta para lograr el éxito económico, la sostenibilidad medioambiental y la competitividad. Por lo tanto, las empresas turísticas deben innovar constantemente” (p.03). Asimismo, el uso de la tecnología contribuye a las empresas de turismo una mayor oportunidad de ampliar su participación en el mercado.

A través de la ardua búsqueda se obtuvo un total de 40 artículos los cuales representan el 33,61% de nuestra búsqueda. Sin embargo, se descartaron 20 de ellos por las siguientes razones: a) eran de sistema de pago, 2) los artículos no obtenían información precisa sobre el tema, 3) los resultados no se vinculaban a estrategias sobre las tecnologías actuales. Asimismo, el estudio intenta ser parte del aporte sobre la búsqueda de nuevas categorías de análisis en base a las nuevas tecnologías relacionada al sector turismo, que servirán para futuras investigaciones.

La tecnología inteligente no solo sirve en beneficio científico, sino también para promover en la eficiencia y gestión de los destinos turísticos, de esta manera se da el inicio a la gestión que involucra diferentes aspectos que conllevan tanto a las tecnológicas como el sector turístico, es así que mediante este artículo se da las primicias para su redacción y entendimiento sobre estos campos que vienen revolucionando a la par con el ser humano.

1.1. Antecedentes



REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 2, Número 5.
abril – junio 2023

Beck et al., (2019) en su artículo de revisión denominado “Realidad virtual en el turismo: una revisión del estado del arte” da a conocer la evolución de las tecnologías con respecto a la Realidad Virtual (VR), las cuales han estado influyendo tanto en la oferta turística como en la demanda. Asimismo, busca analizar el objetivo de la VR en el turismo proporcionando una revisión integral del estado del arte, el cual abarca varios sistemas con diferentes capacidades. Este método de investigación contextualiza la existencia de la VR en el sector turismo se utiliza una amplia gama de fuentes y documentos que brindan una revisión de la literatura vanguardista y que profundiza la comprensión de las diversas aplicaciones de este método en el turismo. Es por ello que, el documento también presenta una clasificación novedosa de diferentes sistemas de realidad virtual según el nivel de inmersión y describe sus respectivas capacidades tecnológicas.

Este artículo contribuye a una comprensión clara del estado del arte vinculada al entorno virtual del turismo guardando relación con nuestra investigación, identificando que el uso de la realidad virtual ha sido una aplicación que ha dado frutos en el crecimiento e impulso del turismo considerándose fundamental en este sector.

(Zhang et al., (2022) En su artículo denominado “Investigando el impacto de las tecnologías de turismo inteligente en experiencias de los turistas” explica que uno de los principales objetivos fue explorar la influencia de las dimensiones y atributos de las tecnologías inteligentes en las atracciones turísticas para las experiencias de los visitantes. En cuanto a su modelo de investigación fueron adaptados y modificados de estudios previos, recopilando datos de 486 visitantes analizados con un modelo de regresión. Los resultados muestran que la accesibilidad y la interactividad afectan las experiencias mejoradas con tecnología inteligente. Se concluye que la tecnología inteligente tiene un impacto positivo en las recomendaciones dadas por los mismos visitantes y que estas atracciones podrían mejorar las experiencias de los turistas mediante la implementación de nuevas infraestructuras y servicios que incorporen las dimensiones claves de las tecnologías inteligentes.

Este artículo se relaciona con la presente investigación aportando las maneras de implementar tecnologías en la industria del turismo, dándonos a conocer el nivel de impacto que tienen en los turistas y cuan beneficioso puede ser para el desarrollo del sector.



REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 2, Número 5.
abril – junio 2023

Tafur Avilés et al., (2018) en el artículo “Desarrollo tecnológico del sector turístico en la ciudad de Guayaquil (Ecuador)” anuncia como se ha venido desarrollando el uso de dispositivos móviles ante la colisión en la actividad turística, de esta manera se van integrando nuevas opciones sobre el uso de las redes sociales que se van imponiendo en la social media. En cuanto a su modelo de investigación se realiza un análisis y recolección de varios autores que aportan datos de las nuevas herramientas tecnológicas implementadas el sector turístico. Se deduce que el turismo en Ecuador, sobre todo en la ciudad de Guayaquil, las TIC son un factor esencial para el progreso empresarial; de tal forma que se han implementado de manera positiva la interacción entre turistas y clientes en los servicios en línea y distribución del turismo.

Asimismo, la relación de este estudio nos permite conocer la revolución a gran escala en el turismo generada por los dispositivos móviles, y que las nuevas innovaciones implantan estas nuevas herramientas en el turismo 2.0 el cual promete brindar resultados favorables.

Giotis, G., y E. Papadionysiou. (2022) en su análisis sobre “El papel de las innovaciones tecnológicas y de gestión en la industria del turismo: una revisión de la literatura empírica” explica que la innovación de productos y o servicios tecnológicos son herramientas para lograr el éxito económico, la sostenibilidad medioambiental y aumentar la competitividad. El modelo de esta investigación resalta en tablas dinámicas de la literatura, como se ha venido desarrollando el impacto de las TIC en el turismo sostenible, efectos, redes sociales, Internet, sitios web, teléfonos móviles e inteligentes.

Como conclusión, se analiza los factores que influyen la capacidad de administrar y gestionar las innovaciones de una empresa.

Por lo tanto, este artículo cumple con el objetivo de informarnos sobre las innovaciones como herramientas estratégicas siendo parte vital en la industria ayudando de manera satisfactoria en el desarrollo sostenible.

Pinheiro et al., (2021) en su estudio de revisión sobre “El impacto de la inteligencia artificial en la industria del turismo: Una revisión sistemática” menciona la importancia de sistemas inteligentes, aplicados con éxito en otras industrias, que han surgido el interés por estudiar el impacto de la tecnología basada en la Inteligencia Artificial, como implemento útil en el turismo. En cuanto a su modelo de investigación, se resalta una Revisión Sistemática de la Literatura (RLS) dividida en tres fases: Planificación, ejecución y documentación.



REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 2, Número 5.
abril – junio 2023

Dando como resultado el beneficio del uso de las herramientas como el reconocimiento facial, los sistemas de recomendación o los sistemas de previsión,

Este estudio nos concierne de tal manera que nos permite analizar el aporte de la inteligencia artificial para el desarrollo útil de este sector resaltándola como herramienta indispensable para el sector turístico y las próximas innovaciones.

Rahimizhian et al., (2020) en su artículo denominado “El emergente ámbito de la tecnología 360 grados para promocionar el destino” informa que las tecnologías emergentes están llevando al sector de los viajes a cambios vitales. El uso de vídeos de 360 grados en los planes de marketing permite a los comercializadores de destinos ofrecer a sus clientes una aventura virtual antes de su viaje real integrando la teoría de la motivación y el Modelo de Aceptación de la Tecnología (TAM). Esta investigación aplica el enfoque deductivo, empleando un método cuantitativo para investigar las hipótesis de la investigación. Mediante este estudio se pretende examinar el impacto de los vídeos de 360 grados, en las intenciones y actitudes sobre el comportamiento de las personas que adquieren el servicio de un destino turístico.

Por lo cual se concluye el uso generalizado de los contenidos digitales en el sector turístico como el vídeo de 360 grados, la cual se convierte rápidamente en un estándar para el marketing de destinos a medida que la tecnología se abarata y el soporte es cada vez más accesible.

Por consiguiente, nos permite abarcar el objetivo de las herramientas tecnológicas como el uso de videos de 360 grados promocionando una alta gama y satisfacción a los turistas.

Rodríguez y García, (2022) en su artículo de revisión “Uso de influencers en el marketing digital de las empresas turísticas españolas”, da a conocer que comprende el desarrollo de la influencia del marketing el cual busca que las organizaciones acudan a los llamados influencers como medio de comunicación para la difusión de manera publicitaria de los servicios turísticos que brindan, por ende, estos son compartidos a través de las redes sociales.

En cuanto a su metodología, se emplea un modelo mixto para analizar la utilización de este tipo de figuras en la comunicación de las entidades, detectando los tipos de perfiles profesionales a los que se recurre y determinando si su empleo o estrategia aumenta el valor de las cuentas organizacionales. Por ahora se deduce que uno de los perfiles que se utilizan en las empresas españolas del sector turístico son los influencers especializados e influencers que



REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 2, Número 5.
abril – junio 2023

abarcan grandes masas; siendo su área de influencia los viajes y el turismo que se pueda realizar.

En nuestro análisis con esta investigación podemos interpretar el uso de la captación de influencers hoy en día como herramienta importante para la promoción de destinos turísticos, gracias a las grandes masas de seguidores de estos influenciadores digitales.

1.2. Turismo

Se le reconoce como turismo a todas las actividades recreativas realizadas en los viajes o estancias fuera de nuestro entorno. Es uno de los sectores primordiales en el comercio internacional, las cuales representan una serie de ingresos en el desarrollo de varios países como principal fuente. Por otro lado, los factores económicos generales, ya sea, la distribución equitativa de los ingresos de cada persona trabajadora o la estabilidad en los mercados financieros tienen efectos positivos como negativos en el sector turismo.

El ámbito turístico influye en el desarrollo económico de otros nuevos sectores impulsando acciones humanas y aumentando los emprendimientos. Además, es el primer medio eficaz para la protección conservación de la naturaleza y el patrimonio natural.

Actualmente, el turismo ha sufrido por cambios repentinos en dos años consecutivos, donde este y otros sectores se vieron perjudicados totalmente, afectando evidentemente al empleo de una gran parte de la población mundial.

1.3. Turismo y pandemia por el COVID-19

Desde abril de 2020, el turismo en todas las regiones se detuvo por motivos del coronavirus causado por el SARS-CoV-2, el cual ha provocado que este sector ha sido uno de los más afectados. Durante el primer año, se vio un decrecimiento exponencial en los ingresos económicos de la población y países ocasionando la inflación de los productos básicos, millones de muertes; las aerolíneas y centros de viajes de transportes aplicaron el paro reduciendo la repercusión en los viajes y el comercio internacional. Es así que también se brindó apoyo a los países afectados, como también se hizo el llamado a la resiliencia para una pronta recuperación del sector.



REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 2, Número 5.
abril – junio 2023

Para el año 2021, el sector transporte vuelve a abrir sus puertas de manera controlada y con protocolos de bioseguridad, gracias a ello y la urgencia de empleos, el sector turístico lograba tener un crecimiento, a pesar del temor e incertidumbre de los ciudadanos.

Actualmente, en este año 2022, Instituciones tanto públicas como privadas, reuniones nacionales e internacionales, han venido tomando ideas y nuevas formas de impulso del sector turístico. Para el año 2021, se evidenciaron las nuevas formas de ingresos para muchos campos empresariales, la principal de ellas fue la digitalización, llevando al marketing a diferentes niveles, dando beneficio a la exposición de nuevas rutas o zonas turísticas y dando impulso a los recursos ya nominados como nuestro patrimonio. A través de la virtualidad, se pudo obtener una demanda alta en muchos países y en localidades de algunas ciudades pequeñas. Según Luz Arelis et al., (2021) nos mencionan:

Que la insuficiencia de estrategias de publicidad y marketing para una comercialización más eficaz fueron retos pendientes, pero que pueden mejorar con las oportunidades de financiación que el gobierno o el sector privado puedan ofrecer, para reactivar el escenario negativo que la pandemia desató. (p. 12).

Las nuevas tecnologías aplicadas a los negocios, especialmente al emprendimiento, permiten el desarrollo de nuevos enfoques basándose en las necesidades turísticas.

En el Perú, uno de los representantes del Comercio Exterior y Turismo se reunió con diversos gobernantes y Direcciones Regionales de Turismo para tratar la “Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo 2022- 2025”, de manera colectiva, en una visión de país; la cual tiene como objetivo promover experiencias seguras y la expansión de nuevos negocios utilizando diferentes estrategias para el incremento de recursos para apalancamiento financiero, la mejora de condiciones y facilitación del turismo en los destinos, el fortalecimiento e impulso de la oferta de productos y experiencias turísticas en base a escenarios de reactivación como la incorporación de tecnologías de información e innovación a prestadores de servicios turísticos y fortalecer la promoción y posicionamiento de oferta turística.

Los constantes cambios que suele presentar el mercado junto con la intensa competencia obligan a las empresas a ser flexibles y adaptables al alcance de los consumidores. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos.



REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 2, Número 5.
abril – junio 2023

Además, como se identifican las ideas de negocio de los artesanos de “La Encantada”, Chulucanas, Perú en la situación de pandemia, la cual crea un escenario potencial donde los planes de negocio pueden ser financiados e implementados. Luz Arelis et al., (2021) “Las diferentes plataformas que ofrece la digitalización con el posicionamiento en buscadores [SEO] o el marketing en buscadores [SEM] pueden ser utilizadas por los emprendedores según la inversión y los objetivos de negocio que se quieran alcanzar.” (p.06) Para ello, se debe tener como prioridad la reactivación del turismo frente a la pandemia, así como también la atracción de inversionistas para reactivar la actividad comercial en la zona.

1.4. Herramientas tecnológicas

En los últimos 5 años el sector turístico ha desarrollado cambios significativos, en ellos se encuentran los efectos de la pandemia de la COVID-19, la cual ha tenido una influencia duradera en el turismo sin duda alguna el deseo de viajar ha sido interrumpido, provocando un giro de 360 grados, por tanto, este sector se ha tenido que adaptar al desarrollo y uso de nuevas tecnologías como son equipos informáticos y planeamiento de gestión turística. En este sentido cabe destacar que el propio desarrollo tecnológico se ha visto influenciada tanto por la actividad turística de gestión, la globalización y las nuevas demandas de ocio produciendo una evolución en el mercado de manera eficaz y responsable; sin embargo, las empresas tienen que adaptarse a las nuevas demandas que ofrece el mercado y las nuevas estrategias que hoy en día el mundo actual necesita, de esta manera es necesario implementar nuevas tecnologías que ayuden al sector turístico a enfrentar nuevos desafíos que en tiempos anteriores no se han visto; producidos por gestiones erróneas, pandemia, actividades delictivas, impactos económicos, etc., a la vez se puede percibir un beneficio tanto para la comunidad como para las empresas que operen en el área del turismo ya sea a grande, media o pequeña escala en todo el mundo, cabe resaltar, que comúnmente es necesario ir innovando y estar a la vanguardia del sector tecnológico porque estas juegan un papel importante en el aumento, eficacia y competitividad en las empresas turísticas el cual este ayudarán a un buen desarrollo sostenible, beneficiando a tanto a la comunidad como al país en su economía.

Diversos autores se han ocupado de las similitudes y diferencias entre la realidad aumentada y la virtual, por su parte Oncioiu y Priescu (2022) retoma la postura de Guttentag. (2010) quien manifiesta:



REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 2, Número 5.
abril – junio 2023

Especialmente en el turismo, la tecnología de sensores es muy importante, y Las aplicaciones de realidad virtual se utilizan ampliamente en esta industria para crear y planificar modelos. Ellos ofrecen la oportunidad de observar el entorno desde innumerables perspectivas. Igualmente, basado en VR Las aplicaciones de marketing y, en especial, las publicitarias suelen estar dirigidas a varios usuarios sensoriales. órganos de los turistas. Así, es más fácil para los anunciantes despertar el deseo de relajación, aventura, o explorar, y la realidad virtual ofrece al futuro turista mejores oportunidades para experimentar y probar el destino de vacaciones y, por lo tanto, es más eficaz que la publicidad impresa tradicional. (p.3).

En este contexto se rescata que el turismo se ha ido revolucionado a través del tiempo, por lo cual se han ido innovando nuevas tecnologías que hacen que los turistas tengan mayores beneficios, ampliando las perspectiva de los turistas a tener nuevas experiencias increíbles, y ver el entorno de otra manera, por lo cual utilizan amplias industrias para crear modelos innovadores, tales es el caso de la aplicación de realidad virtual; lo cual está basado en un modelo, de percibir, lugares, que tú puedes observar, y tener esa experiencia agradable. A la misma forma nos cuenta de las nuevas aplicaciones de marketing; que hacen despertar en los turistas una nueva forma de ver los destinos turísticos con más variedad de características que los puedan identificar, comúnmente dejamos de lado las empresas tradicionales las cuales ya no hacen despertar en el turista un mayor interés, pero gracias a las nuevas tecnologías el rubro del sector turístico se puede ver con muchas más relevancia y por tanto con un mayor enfoque para potenciar los lugares turísticos. Según Mountzouri et al., (2020) “En el ámbito científico del marketing, los sistemas inteligentes se nutren de las necesidades cambiantes del panorama turístico, logrando tanto la alineación de los servicios” (p.8).

1.5. Como las tecnologías aportan y revolucionan al sector

Turístico

A la manera en la sociedad se adapta, las nuevas tecnologías prometen dar una experiencia interactiva, que está fuera de lo ordinario y cotidiano, lo cual las perspectivas de las tecnologías es brindar servicios innovados y actualizados a partir de una necesidad, acudiendo al sector turístico podemos decir que vienen hacer un dúo que se complementa uno con el otro, esta combinación se entrelazan sus ideas en la manera de innovar con mayor fuerza y dedicación,



REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 2, Número 5.
abril – junio 2023

para dar paso a un nuevo turismo tecnológico. También confluye en cuanto al excursionista, viajero y turista, los cuales planifican una ruta que los ayude a disfrutar de un país atractivo donde se desarrolle ciertas actividades turísticas, en conjunto a las acciones que se toman en base a las situaciones de la vida cotidiana.

La tecnología inteligente no solo sirve en beneficio científico, sino también para promover en la eficiencia y gestión de los destinos turísticos, por ejemplo, la tecnología de VR (realidad virtual) ofrece a los turistas una experiencia turística integrada física, espiritual y emocional, porque la VR a grandes rasgos es una simulación computarizada que no bloquea el mundo físico permitiendo al usuario interactuar con el mundo real y la propia experiencia de la situación; porque ahora ya no es solo una idea que se deja en el aire, está ahora forma parte de la revolución que ya es ejecutada para los usuarios que se encuentran al día en la era tecnológica. La idea de estar inmerso en una realidad virtual que se crea y no es natural ha sido la meta de muchos programadores, informáticos y científicos a través de los años, que gracias a sus investigaciones y proyectos ahora son parte de la vida cotidiana de muchas personas. Sin embargo, con la realidad virtual finalmente convirtiéndose en una realidad contar con todas estas herramientas que son sorprendentes cada año.

Los destinos turísticos se vuelven "inteligentes" al implementar tecnologías para aumentar la competitividad. Los turistas utilizan las tecnologías disponibles para la toma de decisiones, como la organización de viajes planes en sus teléfonos móviles, interactuando con otros turistas y compartiendo su turismo experiencias.

Con la popularización de los dispositivos inteligentes, el número de usuarios de turismo continúa creciendo, al igual que la tasa de penetración del turismo móvil y los usuarios de Internet móvil. A fines de 2018, el número de usuarios de turismo móviles había crecido a 620 millones, con una tasa de penetración del 42,6%. Con el fin de apoyar el rápido crecimiento de turismo móvil en usuarios, en noviembre de 2020, el gobierno chino presentó un plan para la actualización inteligente a través de la tecnología.

A manera de actualizarnos hoy en día, cada vez más personas están se encuentran involucrados en las redes sociales y viven toda su vida en el entorno digital, dejándose influenciar por los llamados "influencers sociales" los cuales mueven masas a beneficio de la comercialización y difusión de productos turísticos a través de las redes sociales (basado en el número de amigos,



REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 2, Número 5.
abril – junio 2023

etiquetas de fotos y pared postal), es, por ende que se están convirtiendo en multiplicadores comunitarios activos para determinados destinos turísticos. Como resultado, sabemos que las redes sociales tienen un impacto masivo en la social media y, en consecuencia, es un gran aporte para el sector turismo.

El uso que hacen de los influencers en diez empresas turísticas españolas con mayor inversión publicitaria utilizando el marketing para aumentar el número de me gusta de las publicaciones, y obtener mayor interés por los usuarios al percibir este tipo de colaboraciones. Según Rodríguez y García (2022) afirman:

No se constata relación directa entre éxito en redes sociales y número de seguidores, sino que el éxito depende del desarrollo y este, a su vez, de la interacción que los usuarios practiquen con la marca, que en el ámbito turístico es mayor en aquellas comunidades más reducidas. (p.17)

Se evidencia que cuando las entidades turísticas emplean marketing de influencia aumenta el valor de sus redes sociales siempre y cuando exista constancia en el contenido.

Las nuevas tecnologías cumplen con un papel fundamental en el rubro del sector turístico. El aumento de la competitividad, que hoy en día el mercado laboral requiere, las nuevas innovaciones que se han venido dando a largo de este periodo, sin duda alguna hacen que los turistas sean los más beneficiados de todo esto; sin embargo, en los últimos 2 años la industria del turismo tuvo un declive a causa de la COVID-19, provocando la innovación en cuanto al uso de las tecnologías en el rubro turístico; de esta manera se avanza a pasos gigantes el uso de estas herramientas en más de un país.

1.6. Aportes y beneficios de las herramientas tecnológicas dentro del sector turístico

El turismo como nuevo panorama social, cultural y económico se ha venido desarrollando con el paso del tiempo, y en este caso de la mano de las nuevas tecnologías que se están innovando año tras año, ya que en la sociedad actual vivimos en una era demasiado digitalizada que ha cambiado en el comportamiento del desplazamiento de las personas y en su manera de interactuar con el entorno, por una vida citadina la cual se basa en estar en tu dispositivo móvil, laptop, computadora, Tablet, videojuegos y vivir el momento a través de una pantalla. De acuerdo con Bulti et al., (2019) “El sistema inteligente aprovecha la innovación de la tecnología



REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 2, Número 5.
abril – junio 2023

para procesar datos en tiempo real para proporcionar productos y servicios que sean incentivo para todos incluidos” (p.1). Asimismo, como hemos evidenciado nos hemos dado cuenta que mediante esta herramienta tecnológica, el servicio que se brindaría en tiempo real se manifestaría de manera beneficiosa en cuanto al turista, previendo el tiempo real en conjunto a las condiciones necesarias para poder disfrutar de un viaje placentero los cuales le brindan al cliente servicios tecnológicos que en los últimos años han dado la oportunidad de incrementar la economía y sustentabilidad de un país; cabe resaltar que los avances tecnológicos en cuanto a la industria hotelera y servicio han cambiado su oferta y se han acondicionado a la nueva demanda tecnológica. Por ende, en los mercados se dieron circunstancias favorables en las cuales se dedicaron a vender servicios turísticos, por medio de un mercado electrónico; lo llaman “Turismo tecnológico”, porque en esta época actual ya no están necesario ir a un hotel, restaurante o agencia a realizar reservaciones; si no esto se podría efectuar mediante un servidor de App que facilita el trabajo de los consumidores. Actualmente está en proceso la App denominada IOE (internet de todo), la cual se estima brindar una experiencia inolvidable a cada uno de sus consumidores.

El rubro turístico mueve grandes masas de personas en su desplazamiento hacia un lugar y otro. Cada lugar es único por su cultura y se diferencia a otro, puede que haya lugares que se asemejen. En estos tiempos los consumidores hacen el uso con mayores frecuencias de los dispositivos electrónicos para compartir sus experiencias y expresar su opinión sobre productos o servicios que han utilizado en algún momento de su viaje, las reseñas en línea suelen aparecer en las redes sociales o en sitios especializados donde hay un gran grupo de personas que se informan de ello. La inmensa cantidad de información que se dispone sobre destinos, actividades de ocio o viajes se han convertido en una tarea un tanto difícil o tediosa porque se debe sacar cita previa en el servicio que se utilizará, es por ello que, en los medios o plataformas online, las recomendaciones se utilizan como guía de apoyo para la toma de decisiones en específico ya que es relevante para los clientes y ayudarles en su proceso de búsqueda. Pinheiro et al., (2021) manifestó que:

Por otro lado, utilizó datos de precios de habitaciones de hotel, puestos a disposición del público en el sitio web booking.com, para demostrar que es posible predecir con



REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 2, Número 5.
abril – junio 2023

seguridad la demanda turística. Estos datos se interpretan a través de procesos gaussianos y luego se utilizan para predecir la tasa de ocupación hotelera tras compararlos con modelos de regresión lineal, ARIMA y de aprendizaje automático. (p.9)

Asimismo, para los que están dentro del rubro hotelero es de gran ayuda conocer los diversos factores que se presentan al sector porque se les da seguimiento para determinar con que impacto llegan y si es que están ponen en riesgo alguna área en específico. Nos damos cuenta del impacto de la IA en la industria del turismo que es muy significativa y no es de sorprendernos que el sector turismo sea una de las áreas más importantes, dinámicas y estratégicas porque destacan exorbitantes resultados dentro de sus investigaciones que hoy en día conocemos. Hay multitud de herramientas en el marco de las TIC vinculadas con la actividad turística en Ecuador, el Ministerio de Turismo a través del Ministerio de Industrias y Productividad y la Asociación Ecuatoriana de Software Aesoft, están promoviendo el desarrollo del software nacional como estrategia para dinamizar y potenciar tecnológicamente el turismo nacional. Al momento están en desarrollo algo más de 300 aplicaciones que tendrán como beneficios, la reducción de costos, el incremento de las ventas, la mejora de la productividad. En 2016 salió al mercado una aplicación o APP para teléfonos celulares y tabletas, denominada Discover Ecuador and More, en la que se muestra información para promocionar de manera directa y digital sitios y servicios turísticos.

Otra tendencia que prevalecerá en la industria de viajes y sitios web es la popular “ramificación”. Esto ayudará a crear una experiencia de usuario positiva, tratando los recorridos 360 como un juego, promoviendo recorridos guiados, exploración virtual y más. Así mismo el turismo se sigue innovando, y no podemos ser ajenos a esos según Tafur Avilés et al., (2018)

También, se pueden vincular otras propuestas tecnológicas que se relacionan con el turismo, los llamados “TRAVEL GADGETS”, dispositivos de utilidad para los viajes. Dentro de los que se pueden tener: solución de Apple para optimizar la señal de wifi en un aeropuerto o en el hotel, una cámara delgada con alta capacidad que cabe en el bolsillo, un traductor global, un computador portátil con alta capacidad de baterías y delgado, un Smartphone, un kit de cargadores, etc. (p.8).



REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 2, Número 5.
abril – junio 2023

Asimismo, como hemos evidenciado, el implemento de nuevas herramientas tecnológicas para el desarrollo del turismo es fundamental en todos los sectores de turismo, no obstante, los implementos de estas nuevas aplicaciones hacen sentir que los turistas puedan salir beneficiados con todo esto y de esa manera poder facilitar la señal dentro de estos espacios públicos, como sabemos el turismo seguirá revolucionado dentro de los próximos años.

El turismo desde la edad antigua, media, moderna y contemporánea, ha venido evolucionando a lo largo de la historia, desde las conquistas de grandes ciudades donde se dio paso al inicio del turismo por el desplazamiento de personas entre diversas ciudades; de esta manera una de las actividades más características de la historia del turismo eran los populares juegos olímpicos; celebrados en la ciudad de Olimpia, los cuales atraía una gran cantidad de ciudadanos de distintas partes del territorio griego como también de otros lugares. Esto hacía que miles de personas se desplazaran hasta la ciudad, con la finalidad de poder presenciar los juegos olímpicos. De esta manera el turismo ha vivido una gran cantidad de avances, que tras siglos de historia lo han posicionado como uno de los mayores focos económicos a nivel mundial, provocando altos niveles de divisas en los sectores económicos de cada país.

Si bien es cierto el panorama actual nos ha dado una forma de poder ir modernizándonos con el paso del tiempo, a medida que anteriormente solo podíamos observar lo que se transmitía mediante la televisión; después de la aparición de los celulares y su evolución de ellos ya se podía visualizar contenido variado en cualquier lugar en donde nos encontremos, ahora como somos parte de una sociedad que va descubriendo nuevas formas de mantenerse a la vanguardia sobre las nuevas herramientas tecnológicas.

De acuerdo a las características involucradas se puede destacar el diseño del vídeo de 360 grados, contienen una variedad de perspectivas que se presentan para el uso de sus clientes; por ejemplo, antes de realizar un viaje a los turistas se les ofrece un previo recorrido virtual al destino real que quieren visitar, estos experimentan a través de un video de 360 grados donde se puedan desplazar a cualquier lado; es así que las experiencias virtuales pueden ser utilizadas para acercarse a una experiencia en tiempo real mediante aplicaciones tecnológicas que con el paso del tiempo se van innovando y captando mayor audiencia. La motivación intrínseca y extrínseca son muy características para los viajantes, porque su iniciativa para viajar va dependiendo de acuerdo a su necesidad, por ejemplo, una persona desea viajar porque quiere



REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 2, Número 5.
abril – junio 2023

disfrutar de un entorno diferente al que está y desea relajarse por un tiempo o encontrarse asimismo; cómo se puede disfrutar a través del turismo espiritual, en otro caso hay personas que son motivados por factores externos ya sea porque vio un posteo en una red social donde le atrajo ese lugar y gracias a la información posteada este viaja a ese lugar de destino, como observamos las motivaciones son muy diversas y varía según la población de viajantes. Las variables se muestran que entre más frecuentemente se experimenten emociones positivas, mayor será el nivel de satisfacción de los viajeros y en estos se estimula la satisfacción; sin embargo, en cuanto a los videos de 360 grados brindan una de las experiencias con mayor realce para quienes ya hayan utilizado este diseño y se hace un llamado para quienes aún no lo han utilizado, ya que este ayuda en la implicación del disfrute de un lugar turístico que aparece en el video. La social media tiene un movimiento drástico y significativo, Facebook y YouTube, son dos de las redes sociales más populares para los videos de 360 grados porque ofrece a los profesionales del marketing subir videos de 360 grados, también llamados videos inversivos o esféricos, donde los consumidores pueden ser parte de estas experiencias. En el ámbito del turismo el video de 360 grados muestra como las tecnologías tienen un impacto positivo porque manifiestan un contenido de 360 grados de la vida real en una pantalla convencional donde los turistas estimulan el sentido visual a gran escala y lo distinto a lo que sería estar en un lugar real, el objetivo de la difusión y promoción de la RV es entregar experiencias mejoradas y valiosas en las atracciones turísticas que podrían impulsar las intenciones de visita y estas tengan existo. Rahimzhan et al., (2020).

Después de todo las empresas se desarrollan en base a las tendencias que generan destrezas y experiencias obteniendo mejoramiento de productividad, además de beneficios económicos que amplían los sectores para la evolución de herramientas actualizadas, gestionando de esta manera los espacios web en la era actual son parte de grandes grupos de consumidores que utilizan internet para buscar una determinada gama de espacios turísticos donde puedan disfrutar un ambiente nuevo fuera del lugar habitual, y no solo los turistas hacen uso de ello sin también personas que trabajan en este rubro, según Koliouka et al., (2021) nos da a conocer en la conclusión del artículo manifestó que:

Los empresarios pueden examinar las características de los sitios web de sus empresas para decidir qué aspectos deben mejorarse para obtener una ventaja



REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 2, Número 5.
abril – junio 2023

competitiva en relación con otras empresas de la misma región y el mismo sector; los profesionales de las tecnologías de la información y los desarrolladores de sitios web pueden identificar las mejores prácticas que deben aplicarse, mientras que los responsables políticos (por ejemplo, las entidades encargadas de planificar las políticas turísticas) pueden proporcionar directrices para que la presencia en la web de las empresas relacionadas con el turismo alternativo sea más eficaz y eficiente. (p.7).

En consecuencia, a lo mencionado se pueda dar a conocer que el impulso de las nuevas tecnológicas se vienen implementando para abrir un nuevo campo de captación de nuevos consumidores en el rubro turístico logrando que descubran nuevas experiencias donde las emociones son parte indispensable para la utilización de estas. De dicho modo estas herramientas son una puerta que se abre para darle paso a la inversión donde aquellos empresarios son atraídos por la demanda comercial que estas generan.

Si bien es cierto cada país cuenta con una gama de características que se complementan con sus respectivos recursos; el mundo del turismo es demasiado amplio, ya sea un turismo pequeño como uno a gran escala, en donde cada lugar logra dinamizar sus espacios para generar y captar personas interesadas en visitarlos, es así como a medida de su incremento de demanda aparecen proyectos innovadores y eficaces para contrarrestar la demanda provocada por el consumidor. En estos tiempos ya no es de sorprenderse que las actividades que se realiza el ser humano sean reemplazadas por un IA avanzada, donde esta pueda cumplir el rol de guía turista, recepcionista, asistente de un restaurante, guía del hotel, entre otras actividades que estos puedan desarrollar; sin embargo, todo esto es un gran paradigma que a la vez ponen en riesgo los trabajos de las personas, ya que los robots son rentables a largo plazo porque pueden trabajar 24 horas ininterrumpidamente ya que nunca van a sentir cansancio ni a bajar su rendimiento durante el servicio. En el caso de la compañía de Alibaba, se menciona los robots son parte de un conjunto de herramientas de alta tecnología con lo cual se dice que reduciría de manera elevada el trabajo humano del sector hotelero y a la vez eliminar la necesidad de que los huéspedes tengan alguna interacción con otras personas.



REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 2, Número 5.
abril – junio 2023

2. Materiales y métodos

Para la elaboración del artículo de revisión denominado “Herramientas Tecnológicas para el desarrollo del turismo”, el cual constan de 4 objetivos los cuales son: 1) Analizar las herramientas tecnológicas que ayuden al desarrollo del sector turístico, 2) Reconocer los beneficios de implementar las herramientas tecnológicas 3) Determinar cómo las herramientas tecnológicas se han venido innovando en el sector turístico y 4) Evaluar e identificar la información recolectada del tema; asimismo se logra buscar una estructura detallada, clara y precisa en relación al trabajo, con la finalidad de establecer una discusión sobre los conceptos teóricos y metodológicos.

Las modalidades específicas de tecnología y turismo mantienen una perspectiva compleja; para ello, se focalizará la sistematización de artículos extraídos de la web específicamente de la plataforma "Scopus", llevados por una serie de procesos como, tener en cuenta que estos artículos hayan sido publicados entre 2018- 2022 y que cuenten con acceso abierto.

Después de obtener los criterios de evaluación, se procedió a una búsqueda de artículos en idioma español, pero, los resultados obtenidos no tenían relación o no se ajustaban al tema de búsqueda; se procedió a buscar en idioma inglés el cual arrojaron artículos que sí tenían relación con el título del artículo; también se revisó la estructura de cada artículo obtenido como en este caso los resúmenes que nos ayudaban a determinar si la información se vinculaba al tema; entre otros detalles importantes como si contaba con registro de DOI, ISSN, el cual facilitaba la búsqueda; volumen y número.

A través de la ardua búsqueda se obtuvo un total de 40 artículos los cuales representan el 33,61% de nuestra búsqueda. Sin embargo, se descartaron 20 de ellos por las siguientes razones: a) eran de sistema de pago, 2) los artículos no obtenían información precisa sobre el tema, 3) los resultados no se vinculaban a estrategias sobre las tecnologías actuales.

Asimismo, el estudio intenta ser parte del aporte sobre la búsqueda de nuevas categorías de análisis en base a las nuevas tecnologías relacionada al sector turismo, que servirán para futuras investigaciones.

En este caso el nivel de investigación se basará en una estructura de indagación correlacional; ya que se utilizará para la determinación en cuanto a la relación que existe entre dos variables



REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 2, Número 5.
abril – junio 2023

estipuladas en este proceso, las cuales se determinan en base a la relación de la tecnología y el sector turístico.

3. Resultados

Una vez revisados y analizados los 20 artículos con resultados empíricos seleccionados bajo los criterios de búsqueda establecidos para esta investigación, se obtuvieron los siguientes resultados, 20 artículos de los 40 escogidos de manera minuciosa anteriormente fueron seleccionados de acuerdo al contexto del tema y objetivos trabajados. El artículo menos reciente fue publicado en 2018 y el más reciente fue publicado en este presente año 2022. La mayoría de esos artículos fueron publicados en 2021 (10) y 2022 (5), y los años de publicación menos frecuentes fueron 2018 (1), 2019 (2), 2020 (2). Estos artículos abarcaron de manera general muchos países a nivel mundial de tal manera que fue factible adaptarlo e interpretarlo en un contexto nacional. A continuación, se presentan los resultados, a partir de las categorías 1) Turismo post- cuarentena y 2) Aporte de las herramientas tecnológicas en el sector turístico.

4. Conclusiones

Dentro de la revisión conceptualizada de cada artículo se evidencio múltiples argumentos que validaban nuestra ardua búsqueda, asegurando con ello una estructura más adecuada para la redacción del artículo de revisión, sin embargo, para ir más a fondo y conllevar opiniones más rígidas se realizó un fuerte trabajo aplicando la comprensión y síntesis de cada artículo, por individuo. Por otra parte, la estructura de varios artículos no tenía concordancia o no proporcionaban argumentos claros y precisos o simplemente no tenían ilación con el tema a trabajar. De igual forma, había artículos que, si presentaban información adecuada y bien estructurada, sin embargo, su información era escasa, pues se saltaban los pasos y dejaban de lado los puntos más importantes, lo que hizo que acudiéramos a fuentes secundarias, simplemente a tener en claro más el tema. En el artículo presentado también, se han validado cuatro objetivos, como parte fundamental para la búsqueda y elaboración del tema, dichos objetivos son:

- 1) Analizar las herramientas tecnológicas que ayuden al desarrollo del sector turístico,
- 2) Reconocer los beneficios de implementar las herramientas tecnológicas,



REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 2, Número 5.
abril – junio 2023

3) Determinar cómo las herramientas tecnológicas se han venido innovando en el sector turístico y Evaluar

4) Identificar la información recolectada del tema, etc. Forman parte del desarrollo y relevancia del texto, implementando de manera implícita el aporte a una investigación científica.

Las limitaciones que se presentan antes, durante, y después de la realización del tema son oportunidades claves, a fin de que más adelante se tenga un concepto previo de lo que se debe estructurar, para aquellas futuras investigaciones que serán elaboradas dentro del campo de estudios. Cada artículo hace referencia a lo que vendría hacer un marco tecnológico en relación al turismo y los avances particulares que estos cumplen, se ha manifestado que la tecnología con el pasar de la historia ha ido evolucionando y con ello el sector turístico también ha crecido de manera acelerada, asumiendo aplicaciones que ayuden a que el sector sea pionero en la vida de cada persona, logrando que se realicen recorridos virtuales, a través de diversas aplicaciones, aquellos atractivos que deseen conocerse y que ya se tenga una idea del atractivo al cual se le sumarán nuevas experiencias. Sin embargo, cabe recalcar que la tecnología en relación al turismo, son factores muy poco explorados, pues no conlleva técnicas que ayuden a su máxima importancia y lo que puede afectar, eso aún está por verse. La tecnología ha dado un giro inesperado lo que hace posible mejorar la calidad de vida de las personas y de las futuras generaciones.

De ello resulta decir, que es muy relevante continuar con esta vía de investigación, teniendo como punto de partida la tecnología y el turismo, se debe persistir en la búsqueda, manejar muy bien el tema y permitir una visión más compleja de la relación que estos dos factores proyectan. De igual forma se ha identificado una perspectiva fragmentada, con diferentes ideologías sobre el tema a trabajar. Es importante reconocer aquellas dinámicas propias de los factores, para tener en claro lo que se va a elaborar o como se va a sustituir, por otro lado, también es importante que se considere conceptualizar a fondo los argumentos aplicables al tema. En el contexto universitario es importante que se defina una relación de la tecnología con el turismo mucho más amplia, donde se evidencien los roles, los movimientos, las nuevas eras, o los cambios alternativos a los que se enfrentan. Esto se propondrá una vez se tengan en cuenta las posturas teóricas de cada punto a tratar.



REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 2, Número 5.
abril – junio 2023

A modo de cierre, la tecnología y el turismo se definen como los factores que impulsan la calidad de vida de cada ciudadano, haciendo posible más ligera y ordenada su vida. En este contexto, la tecnología tiene efectos en lo que respecta el turismo, en el conocimiento, los negocios y todo lo que se viene desarrollando de manera virtual.

Referencias bibliográficas

- Beck, J., M. Rainoldi, y R. Egger. (2019). «Virtual Reality in Tourism: A State-of-the-Art Review». *Tourism Review* 74(3):586-612. doi: 10.1108/TR-03-2017-0049.
- Bulti, A. G., A. Ray, y P. Bhuyan. (2019). «Smart Tourism System Architecture Design Using the Internet of Everything(IOE) over Cloud Platform». *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering* 8(6):421-26.
- Giotis, G., y E. Papadionysiou. (2022). «The Role of Managerial and Technological Innovations in the Tourism Industry: A Review of the Empirical Literature». *Sustainability (Switzerland)* 14(9). doi: 10.3390/su14095182.
- Koliouska, C., Z. Andreopoulou, M. Doumpos, E. Galariotis, y C. Zopounidis. (2021). «Multicriteria Evaluation of the Websites of Alternative Tourism Enterprises: Case Study in the Region of Crete». *IEEE Transactions on Engineering Management*. doi: 10.1109/TEM.2021.3076059.
- Luz Arelis, M. Q., M. N. Irma Victoria, A. P. Cynthia Milagros, y S. C. A. Johanna Elena. (2021). «Business ideas to reactivate tourism in a pandemic context in “la Encantada”, Chulucanas, Peru». *Revista Venezolana de Gerencia* 26(Special Issue 6):173-86. doi: 10.52080/rvgluz.26.e6.11.



REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 2, Número 5.
abril – junio 2023

- Belova, A. V., N. Belov, y I. Gumeniuk. (2021). «Modern Technologies in Tourism as a Tool to Increase International Tourism Attractiveness and Sustainable Development of the Kaliningrad Region». *World Sustainability Series* 371-81. doi: 10.1007/9783-030-78825-4_22.
- Buhalis, D., y P. O'Connor. (2005). «Information Communication Technology Revolutionizing Tourism». *Tourism Recreation Research* 30(3):7-16. doi: 10.1080/02508281.2005.11081482.
- Chinchay Villarreyes, S. S., M. A. Reyes Vidal, M. M. Mogollón Taboada, y R. S. Seminario Sanz. (2020). «Strategies to promote natural heritage in the development of tourism in Peru». *Revista Venezolana de Gerencia* 25(92):1547-58.
- Elena, G. V. M., H. C. Netty, A. De La Hoz Suárez, y M. A. Alex. (2021). «Digital dissemination of objects: Cultural and tourist expressions in Colombia». *Revista Venezolana de Gerencia* 26(Special Issue 6):155-72. doi: 10.52080/rvgluz.26.e6.10.
- Georgiev, V. O., K. S. Biktimirova, A. M. Akhmedova, L. A. Gaynulova, y N. Z. Kurmankulova. (2021). «The Research on the Application of Formal Mathematical Models in Industry-Oriented Development». *Studies in Systems, Decision and Control* 316:89-97. doi: 10.1007/978-3-030-57831-2_10.
- Ivars-Baidal, J. A., J. F. Vera-Rebollo, J. Perles-Ribes, F. Femenia-Serra, y M. A. Celdrán-Bernabeu. (2021). «Sustainable Tourism Indicators: What's New within the Smart City/Destination Approach?» *Journal of Sustainable Tourism*. doi: 10.1080/09669582.2021.1876075.
- Mendonça, V., C. R. Cunha, E. P. Morais, y J. P. Gomes. (2021). «Leveraging the creation and integration of Virtual Reality content through a collaborative platform: the case of the tourism sector». *RISTI - Revista Iberica de Sistemas e Tecnologias de Informacao* 2021(E46):545-56.



REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL

Volumen 2, Número 5.
abril – junio 2023

- Nadlifatin, R., S. F. Persada, J. H. Munthe, B. Ardiansyahmiraja, A. A. N. P. Redi, Y. T. Prasetyo, y P. F. Belgiawan. (2022). «UNDERSTANDING FACTORS INFLUENCING TRAVELER'S ADOPTION OF TRAVEL INFLUENCER ADVERTISING: AN INFORMATION ADOPTION MODEL APPROACH». *Business: Theory and Practice* 23(1):131-40. doi: 10.3846/btp.2022.13149.
- Mountzouri, A., A. Papapostolou, y S. Nomikos. (2020). «Intelligent Packaging as a Dynamic Marketing Tool for Tourism». Pp. 31-40 en.
- Oncioiu, I., y I. Priescu. (2022). «The Use of Virtual Reality in Tourism Destinations as a Tool to Develop Tourist Behavior Perspective». *Sustainability (Switzerland)* 14(7). doi: 10.3390/su14074191.
- Pinheiro, A. B., A. S. Pinto, A. Abreu, E. Costa, y I. Borges. (2021). «The Impact of Artificial Intelligence on the Tourism Industry: A Systematic Review». *Smart Innovation, Systems and Technologies* 208:458-69. doi: 10.1007/978-981-33-42569_42.
- Rahimzhan, S., A. Ozturen, y M. Ilkan. (2020). «Emerging Realm of 360-Degree Technology to Promote Tourism Destination». *Technology in Society* 63. doi: 10.1016/j.techsoc.2020.101411.
- Rodríguez, P., y J. S. García. 2022. «Use of influencers in the Spanish tourism companies' digital marketing». *Cuadernos.info* (51):200-222. doi: 10.7764/cdi.51.27743.
- Tafur Avilés, G., C. Vélez Barros, O. J. Alejo Machado, M. Zumba Córdova, y J. J. Jacome Tapia. 2018. «Technological development of the tourist sector in the city of Guayaquil». *Espacios* 39(44).
- Zhang, Y., M. Sotiriadis, y S. Shen. (2022). «Investigating the Impact of Smart Tourism Technologies on Tourists' Experiences». *Sustainability (Switzerland)* 14(5). doi: 10.3390/su14053048.