

# Nuevas tecnologías aplicadas al sector turístico en la Región de Murcia

Raquel Villalba Trujillo, Laura Martínez Caro, Soledad Martínez María-Dolores  
Facultad de Ciencias de la Empresa

C/ Real, 3. C.P. 30201 Cartagena

E-mail: raquelvt86@hotmail.com; laura.martinez@upct.es; sole.martinez@upct.es

**Resumen.** *Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones han supuesto una revolución en el sector turístico, que avanza y cambia diariamente. La implantación de estas nuevas tecnologías permite un acceso rápido a la información turística, localización o servicio de guías digitales. Dado la amplia oferta histórica-patrimonial que ofrece la ciudad de Cartagena y con el fin de impulsar el turismo de una zona, creemos que es necesario que se adapten los recursos turísticos de la ciudad a las nuevas aplicaciones móviles, facilitando al turista su experiencia cultural, y aportando un valor añadido a la visita.*

## 1. Introducción

Como ciudad histórica abierta al Mediterráneo, Cartagena posee una amplia oferta cultural. Su riqueza patrimonial está representada ampliamente por un conjunto de elementos singulares algunos de los cuales explican la historia clásica del Mediterráneo [8].

El desarrollo y difusión de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones ha influido en la forma de competir de las empresas [16]. En la industria turística (hoteles, tour-operadores, agencias de viajes, líneas aéreas, etcétera), estas tecnologías han influido también de diversas formas pero particularmente en la manera en que las empresas turísticas distribuyen sus productos en el mercado [3].

El sector turístico es un sector heterogéneo, altamente fragmentado e integrado por actividades diferentes entre sí, aunque complementarias e interrelacionadas. A lo largo de los últimos años, la industria turística ha experimentado numerosas transformaciones en todas sus actividades, originadas por cambios en el ámbito de la oferta y la demanda, configurándose así un entorno competitivo muy dinámico para todas las empresas del sector [7].

Las innovaciones basadas en las TIC han permitido, entre otros avances, procesar enormes cantidades de información mediante redes de comunicación o la ampliación de espacios económicos [14].

Debido a la gran importancia de la innovación en todos los sectores, ésta es también un elemento esencial en las empresas turísticas para poder hacer frente a la competencia global de dicha rama de actividad. De hecho, en el año 2005, el 24% de las empresas turísticas lanzaron al mercado nuevos productos o servicios, de los cuales un 44% estaban relacionados con las TIC [1]. Dentro de las TIC, una rama en auge es la tecnología móvil; de hecho hay

autores como Savia [18] quien considera que en su desarrollo y aplicación está el futuro de la industria turística.

## 2. Incidencia de la tecnología móvil en el turismo

La implantación de las nuevas tecnologías en el sector turístico ha propiciado una constante avalancha de novedades. Su aplicación permite a los visitantes acceder rápida y fácilmente a la información turística, ubicación de museos, monumentos, edificios o lugares, así al uso de servicios de guías digitales.

En los últimos años, hemos presenciado la revolución de la telefonía móvil, la cual ha entrado de lleno en la sociedad, y de la que hoy por hoy no se puede prescindir. Al mismo tiempo, el fenómeno de Internet se ha extendido masivamente, convirtiéndose en la actualidad en un elemento de uso casi imprescindible en la vida cotidiana.

Los dispositivos móviles son aparatos pequeños, con algunas capacidades de procesamiento, móviles o no, con conexión permanente o intermitente a una red, con memoria limitada, diseñados específicamente para una función, pero que pueden llevar a cabo otras más generales [9].

Los dispositivos móviles inalámbricos se caracterizan por su alta capacidad de personalización y por la alta capacidad de conectividad. El sector de la industria móvil se desarrolla en torno a un cliente que sitúa, en el núcleo de sus exigencias, el valor por el tiempo. Se ha estimado que cada clic adicional que un usuario de este tipo de dispositivos efectúa, reduce las posibilidades de que la transacción se realice un 50% [5]. Por tanto, se puede determinar que el comportamiento del usuario 2.0 móvil, premia la accesibilidad y la velocidad, lo que establece cierto paralelismo con los indicadores de calidad identificados para los sitios web [12].

La evolución de Internet debe ser concebida como una red en continuo movimiento capaz de trasladar las relaciones físicas al entorno virtual, y una vez en éste, modificar el patrón de consumo estático a uno móvil e inalámbrico [11]. Por tanto, la Red supone trasladar a un entorno online las relaciones establecidas por los individuos, ya que tanto físicas como virtuales, el mundo está formado por grupos de redes [19].

Dentro de esta tecnología móvil, el desarrollo de aplicaciones auditivas es crucial. El sonido en un contexto turístico implica una variedad de fuentes sonoras, tales como la voz humana, los sonidos de la naturaleza (pájaros, ríos, olas del mar, viento, etc.), los medios de comunicación (vídeo, tecnologías de audio, teléfonos móviles, etc.), las lenguas extranjeras habladas por los residentes (francés, alemán, chino, japonés, etc.) o incluso los ruidos (de coches, barrios concretos, zonas en construcción, etc.).

Por lo tanto, los turistas experimentan sonidos en sus viajes, los interpretan y generan significados a partir de ellos. Esta situación hace de los sonidos un componente importante y decisivo de toda experiencia turística y se presenta como un novedoso campo de investigación que nos permite entender el turismo actual atendiendo a la conexión sonora que se produce entre el oyente y el entorno que visita [10].

Con el fin de determinar la influencia que en el turismo de la Región de Murcia (y en concreto la ciudad de Cartagena) podría ocasionar el desarrollar aplicaciones móviles específicas, se plantea en este trabajo una doble perspectiva de análisis, desde el punto de vista del cliente y de los empresarios turísticos.

Por ello, desde la óptica del cliente se analizará la actitud de los consumidores hacia estas tecnologías y su incidencia a la hora de seleccionar el destino turístico.

Por ello, se propone crear una aplicación móvil a través de la cual los turistas puedan percibir todos estos estímulos (sonidos, imágenes, etc.), dependiendo del lugar dónde se encuentren o el itinerario que estén realizando.

Dicha aplicación ha de ser colocada en lugares estratégicos de la Región mediante un código QR que permita descargarse, a través de terminales móviles, toda la información, a modo de guía turística virtual.

El código QR o código de respuesta rápida es un método de acceso fácil y rápido a una URL, una página Web, información de texto, números de teléfono, mensajes SMS, o imagen a través del teléfono móvil [13] y que hoy en día es fácilmente legible gracias a los Smartphone.

En la actualidad, la cantidad de usuarios de dispositivos móviles basados en sistemas operativos como iOS, Android o Symbian ha aumentado, y en cada uno de estos sistemas existe un número considerable de aplicaciones que permiten darle diferentes usos a estos dispositivos [4].

Con la finalidad de elaborar el cuestionario dirigido a los turistas, partiremos de la opinión de los agentes turísticos (empresarios, instituciones públicas, etc.) a través del Método Delphi. Dicho método tiene como objeto la recopilación de opiniones de expertos sobre un tema particular con el fin de incorporar dichos juicios en la configuración de un cuestionario y conseguir un consenso a través de la convergencia de las opiniones de expertos diseminados geográficamente [2]. La elección de esta metodología viene motivada por la escasez de propuestas completas que orienten la toma de decisiones eficaces relativas tanto a los factores inherentes a cada una de las empresas turísticas y del uso que deben realizar de la tecnología móvil, como a la gestión de las relaciones entre las organizaciones y sus clientes, a través de un mayor conocimiento de las características de éstos últimos [17].

La utilización del Método Delphi como instrumento de validación de cuestionarios ha sido ampliamente utilizado en numerosos estudios y ámbitos de conocimiento [7].

El objetivo es validar un cuestionario que nos permita conocer el interés que las nuevas tecnologías pueden despertar en los potenciales turistas de la Región, dependiendo del perfil de los mismos (turistas de cruceros, turistas culturales, residencial, etc.) y de su nivel de exigencia. Así mismo, queremos conocer la idoneidad de la ubicación de las tecnologías móviles y de su contenido. Se puede optar por elaborar una guía virtual, donde el turista puede acceder directamente a una página web (por lo que sólo habría que facilitar una URL); diseñar una aplicación para el móvil (por lo que habría que diferenciar entre Android, Apple, etc.) o establecer directamente el código QR.

### 3. Conclusiones

En los últimos años la evolución y presencia de internet en el sector turístico se han convertido imprescindibles. Por ello, resulta necesaria la adaptación de los recursos turísticos de la Región de Murcia a esta revolución tecnológica.

Este avance supondrá una gran repercusión en el sector, ya que los visitantes, independientemente de su procedencia o lengua, tendrán acceso a toda la información relativa al extenso patrimonio cultural de la Región, y todos aquellos sectores relacionados directa o indirectamente con el turismo.

## Referencias

- [1] Alzua Sorzabal, A y Abad Galzacorta, M. (2008) Innovación en la actividad turística vasca: hacia un modelo competitivo en la Comunidad Autónoma de Euskadi. *Revista de Ocio y Turismo (ROTUR)*, 1, 65-86.
- [2] Bass, B. M. (1983). *Organizational decision making*. Homewood, Irwin.
- [3] Buhalis, D. (2000): *Tourism and Information technologies: Past, present and future*. *Tourism Recreation Research*, 25 (1), 41-58.
- [4] Callejas Cuervo, M. Quiroga Salamanca J. Alarcón Aldana, A. (2011). Ambiente Interactivo para visualizar sitios turísticos, mediante realidad implantando Layar. *Redalyc. Ciencia e Ingeniería Neogranadina*, 21 (2), 91-105.
- [5] Durlacher Research Ltd. (2000). *Mobile commerce report*. Disponible en [www.durlacher.com](http://www.durlacher.com).
- [6] Esteban Talaya, A, Millán Campos, A, Molina Collado, A, (2000) La Comercialización de productos turísticos en internet: implicaciones para las agencias de viajes. *Cuadernos de CC.EE y EE*, 39, 15-35.
- [7] Hung H-L.; Altschuld, J.W. y Lee, Y. (2008) Methodological and conceptual issues confronting a cross-country Delphi study of educational program evaluation. *Evaluation and Program Planning*, 31, 191-198
- [8] López Vera, Y. (2004) El proyecto Cartagena Puerto de Culturas: Un ejemplo de intervención del fondo europeo de desarrollo Regional. *Cuadernos de Turismo*, 13, 127-143.
- [9] López Zúñiga, M. Baltazar, R. Moreno, J. (2008) Desarrollo de una Aplicación para el Acceso a la Base de Datos Turística a través de Celulares. *Encuentro de Investigación en Ingeniería Eléctrica*. Mexico.
- [10] Márquez, I. (2012) El podcast como guía turística. Pasear, escuchar y compartir ciudades *Cuadernos de comunicación e innovación*, 93, 51-59.
- [11] Martín-Sánchez, M., Miguel-Dávila, J.A., López-Berzosa, D. (2012) M-tourism: las apps en el sector turístico. IX Congreso Nacional Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TURITEC), Málaga, 25-26 Octubre.
- [12] Miranda, F., Barriuso, M.C., Sánchez, M.I., Cortés, R. (2005) Aplicación del IEW (Índice de Evaluación Web) a la Banca Española, XV Congreso ACEDE, San Cristóbal de la Laguna, 25-27 Septiembre.
- [13] Okazaki, O., Luisa, A., Campo, S. (2011) Servicios turísticos a través del móvil: aplicaciones en marketing turístico. *GVAM*.
- [14] Peñaloza, M. (2007) Tecnología e innovación: factores claves para la competitividad. *Actualidad Contable FACES*, 15, 82 – 94.
- [15] Pérez Pérez, M., Martínez Sánchez, A. y Abella Garcés, S. (2002) El sector Turístico y el Comercio electrónico. *Boletín Económico de ICE*, 2733, 31-37.
- [16] Porter, M. (2001): *Strategy and the Internet*. *Harvard Business Review*, 79 (3), 63-78.
- [17] Rodríguez Fernández, M, Rocío González Sánchez, R, García Muiña, F. (2012) El papel de la tecnología móvil en el proceso innovador de la empresa turística: propuesta de un modelo integrado de gestión. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local (TUR y DES)*, 5 (13).
- [18] Savia (2011): La tecnología móvil, futuro de la industria turística. *Revista de Economía y Gestión de Viajes*, 86 (Marzo), 41-44.
- [19] Wellman, B. (1999) The network community: An introduction. En: Wellman, B. (Dir.) *Networks in the global village: Life in the contemporary communities*. Westview Press, Boulder, CO, 1-48.