

TURISMO 5.0: INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA



**Renato Hernán Herrera-Chávez
Andrea S. Ribadeneira Vacacela
Roberto Carlos Vega Bonilla
Justhin Sebastián Frías Flores**

TURISMO 5.0:
INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN EN LA
INDUSTRIA TURÍSTICA

AUTORES:

Renato Hernán Herrera-Chávez
Andrea S. Ribadeneira Vacacela
Roberto Carlos Vega Bonilla
Justin Sebastián Frías Flores

2024

Renato Hernán Herrera-Chávez
Universidad Nacional de Chimborazo, Facultad de Ciencias
Políticas y Administrativas,
Carrera de Turismo
rherrera@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-6816-7945>

Andrea S. Ribadeneira Vacacela
Universidad Nacional de Chimborazo, Facultad de Ciencias
Políticas y Administrativas,
Carrera de Turismo
aribadeneira@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-1060-5391>

Roberto Carlos Vega Bonilla
Universidad Nacional de Chimborazo, Facultad de Ciencias
Políticas y Administrativas,
Carrera de Turismo
roberto.vega@unach.edu.ec
<https://orcid.org/my-orcid?orcid=0009-0003-9874-0460>

Justhin Sebastián Frías Flores
Universidad Nacional de Chimborazo, Facultad de Ingeniería,
Carrera de Tecnologías de la Información
justhin.frias@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0000-0620-693X>

La presente obra fue revisada por 2 pares académicos externos ciegos conforme al proceso editorial del Centro de Investigación Latinoamericano para el Desarrollo e Innovación CILADI.

Los rigurosos procedimientos editoriales de CILADI garantizan la selección de manuscritos por sus aportes significativos al conocimiento y cualidades científicas. Todas las obras publicadas por CILADI cuentan con ISBN y se encuentran disponibles en la web (www.ciladi.org)



Centro de Investigación Latinoamericano

para el Desarrollo e Innovación

Guayaquil- Ecuador

<https://ciladi.org/>

AÑO 2024

Copyright © 2024

Todos los derechos reservados.

ISBN: 978-9942-7239-5-6

PRÓLOGO

En la era contemporánea, la intersección entre tecnología y turismo ha dado lugar a un fenómeno conocido como Turismo 5.0, el cual promete revolucionar la manera en que concebimos y experimentamos los viajes. El presente libro, "Impacto Integral del Turismo 5.0: Sostenibilidad, Inclusión y Futuro del Trabajo", es una exploración profunda y exhaustiva de cómo las tecnologías avanzadas están transformando la industria turística, impulsando prácticas sostenibles, fomentando la inclusión y redefiniendo el panorama laboral.

El Turismo 5.0 se caracteriza por la integración de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial (IA), el big data, la realidad virtual (VR), la realidad aumentada (AR) y el Internet de las Cosas (IoT). Estas herramientas tecnológicas no solo enriquecen la experiencia del turista mediante la personalización y la interactividad, sino que también optimizan la gestión de recursos y promueven la sostenibilidad. Este libro examina en detalle cómo estas tecnologías pueden prever patrones de consumo energético, ajustar sistemas de calefacción y refrigeración en hoteles, y monitorear en tiempo real los recursos naturales, contribuyendo así a la conservación ambiental y la eficiencia operativa.

Uno de los aspectos más destacados del Turismo 5.0 es su capacidad para fomentar la inclusión y la accesibilidad. Tecnologías como la VR y la AR están eliminando barreras físicas, permitiendo a las personas con discapacidades disfrutar de experiencias turísticas inmersivas. Además, las plataformas digitales facilitan la planificación de viajes accesibles, adaptando alojamientos y actividades a las necesidades específicas de cada individuo. Este enfoque inclusivo no solo mejora la experiencia del turista, sino que también proporciona oportunidades económicas a comunidades marginadas, promoviendo el desarrollo social y cultural.

La seguridad y la privacidad de los datos son temas críticos en el entorno digital del Turismo 5.0. Este libro aborda las medidas necesarias para proteger la información personal de los turistas, incluyendo el uso de tecnologías avanzadas como blockchain para garantizar la transparencia y seguridad en las transacciones. La gestión de riesgos cibernéticos y la construcción de confianza del consumidor son esenciales para mantener la integridad de las plataformas digitales, asegurando así una experiencia turística segura y confiable.

El impacto del Turismo 5.0 en el ámbito laboral es igualmente significativo. La automatización y la IA están transformando las competencias y habilidades necesarias en la industria turística, creando nuevas oportunidades de empleo y demandando una formación continua en competencias digitales. Este libro destaca la importancia de la capacitación y el desarrollo profesional para preparar a la fuerza laboral para los desafíos del futuro, adaptándose a un entorno tecnológico en constante evolución.

Finalmente, el Turismo 5.0 impulsa la innovación y el emprendimiento en el sector turístico. La creación de nuevos modelos de negocio basados en la tecnología y la economía colaborativa ofrece oportunidades para el crecimiento y la competitividad. Las startups y emprendedores pueden aprovechar estas innovaciones para desarrollar soluciones que mejoren la experiencia del turista y contribuyan a la sostenibilidad del sector.

En conjunto, "Impacto Integral del Turismo 5.0: Sostenibilidad, Inclusión y Futuro del Trabajo" ofrece una visión holística de cómo las tecnologías avanzadas están remodelando la industria turística. Al abordar temas como la sostenibilidad, la inclusión, la seguridad de datos y el futuro del trabajo, este libro se presenta como una guía

esencial para profesionales y académicos interesados en el desarrollo del Turismo 5.0. La adopción de estas tecnologías no solo enriquecerá la experiencia turística, sino que también contribuirá a la creación de un sector más sostenible, inclusivo y preparado para los desafíos futuros.

ÍNDICE

RESUMEN.....	11
ABSTRACT	14
INTRODUCCIÓN	17
CAPÍTULO 1: FUNDAMENTOS Y TECNOLOGÍAS EMERGENTES DEL TURISMO 5.0	21
CAPÍTULO 2: NUEVOS MODELOS Y ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS EN EL TURISMO 5.0	67
CAPÍTULO 3: MARKETING DIGITAL Y COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD.....	125
CAPÍTULO 4: DESTINOS INTELIGENTES Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS PERSONALIZADAS.....	170
CAPÍTULO 5: IMPACTO INTEGRAL DEL TURISMO 5.0: SOSTENIBILIDAD, INCLUSIÓN Y FUTURO DEL TRABAJO .	197
REFERENCIAS	226

RESUMEN

El libro "Turismo 5.0: Innovación y Transformación en la Industria Turística" explora cómo las tecnologías avanzadas y la sostenibilidad están remodelando la industria del turismo. Escrito por Renato Hernán Herrera-Chávez, Andrea S. Ribadeneira Vacacela, Roberto Carlos Vega Bonilla, Justhin Sebastián Frías Flores, este trabajo ofrece un análisis exhaustivo del impacto de la tecnología en el turismo moderno, presentando un marco teórico y práctico para su comprensión y aplicación.

El concepto de Turismo 5.0 se centra en la integración de tecnologías como la inteligencia artificial (IA), el big data, la realidad virtual (RV), la realidad aumentada (RA) y el blockchain. Estas innovaciones no solo mejoran la experiencia del turista al hacerla más personalizada y eficiente, sino que también promueven la sostenibilidad y la inclusión. La evolución del turismo ha pasado por varias fases, desde el turismo de masas (Turismo 1.0) hasta el turismo inteligente (Turismo 4.0), culminando en esta nueva etapa donde la tecnología y la sostenibilidad son esenciales.

El libro se estructura en varios capítulos que abordan diferentes aspectos del Turismo 5.0. En el primer capítulo, se definen los

fundamentos y las tecnologías emergentes, destacando cómo la IA y el big data permiten personalizar servicios turísticos y optimizar recursos. También se examina el papel de la RV y la RA en la creación de experiencias inmersivas, así como la importancia del blockchain en la seguridad y transparencia de las transacciones.

El segundo capítulo se enfoca en los nuevos modelos y estrategias de negocio en el turismo. La economía colaborativa, las plataformas digitales y las innovaciones en alojamiento como los hoteles inteligentes están transformando la industria. Se presentan estudios de caso de empresas como Airbnb, Uber y GetYourGuide, que han utilizado tecnologías avanzadas para ofrecer experiencias personalizadas y sostenibles.

El tercer capítulo analiza la evolución de los destinos turísticos hacia destinos inteligentes. Se detallan los componentes clave de estos destinos, como la tecnología, la innovación y la sostenibilidad. Se discuten las fases de desarrollo de los destinos inteligentes y se examinan los impulsores y barreras para su implementación.

El cuarto capítulo aborda el impacto de la tecnología en la sostenibilidad y la conservación ambiental. Se destacan casos de

éxito en los que la tecnología ha mejorado la gestión de recursos y reducido el impacto ambiental. También se presentan estrategias de sostenibilidad, como la implementación de programas de educación ambiental y el uso de tecnologías verdes.

Finalmente, el quinto capítulo, titulado "Impacto Integral del Turismo 5.0: Sostenibilidad, Inclusión y Futuro del Trabajo", explora cómo las tecnologías avanzadas no solo transforman la experiencia turística, sino que también impulsan la sostenibilidad, mejoran la inclusión y redefinen el panorama laboral en la industria turística. Se analizan las tecnologías clave en el turismo 5.0 y se presentan estudios de caso de personalización turística mediante big data e inteligencia artificial.

El "Turismo 5.0: Innovación y Transformación en la Industria Turística" es una guía integral para entender cómo las tecnologías avanzadas y la sostenibilidad están configurando el futuro del turismo. A través de un análisis detallado y ejemplos prácticos, el libro proporciona a los profesionales del turismo las herramientas necesarias para adaptarse y prosperar en esta nueva era.

PALABRAS CLAVE: Turismo 5.0, Tecnología avanzada, Sostenibilidad, Servicios Turísticos, Destinos inteligentes.

ABSTRACT

The book "Tourism 5.0: Innovation and Transformation in the Tourism Industry" explores how advanced technologies and sustainability are reshaping the tourism industry. Written by Renato Hernán Herrera-Chávez, Andrea S. Ribadeneira Vacacela, Roberto Carlos Vega Bonilla, and Justhin Sebastián Frías Flores, this work provides a comprehensive analysis of the impact of technology on modern tourism, presenting both a theoretical and practical framework for understanding and application.

The concept of Tourism 5.0 focuses on the integration of technologies such as artificial intelligence (AI), big data, virtual reality (VR), augmented reality (AR), and blockchain. These innovations not only enhance the tourist experience by making it more personalized and efficient but also promote sustainability and inclusion. The evolution of tourism has gone through several phases, from mass tourism (Tourism 1.0) to smart tourism (Tourism 4.0), culminating in this new stage where technology and sustainability are essential.

The book is structured into several chapters that address different aspects of Tourism 5.0. The first chapter defines the fundamentals and emerging technologies, highlighting how AI and big data enable

the personalization of tourism services and resource optimization. It also examines the role of VR and AR in creating immersive experiences, as well as the importance of blockchain in ensuring security and transparency in transactions.

The second chapter focuses on new business models and strategies in tourism. The sharing economy, digital platforms, and innovations in accommodation such as smart hotels are transforming the industry. Case studies of companies like Airbnb, Uber, and GetYourGuide are presented, showcasing how they have utilized advanced technologies to offer personalized and sustainable experiences.

The third chapter analyzes the evolution of tourist destinations into smart destinations. Key components of these destinations, such as technology, innovation, and sustainability, are detailed. The development phases of smart destinations are discussed, along with the drivers and barriers to their implementation.

The fourth chapter addresses the impact of technology on sustainability and environmental conservation. Success stories where technology has improved resource management and reduced

environmental impact are highlighted. Sustainability strategies, such as the implementation of environmental education programs and the use of green technologies, are also presented.

Finally, the fifth chapter, titled "Comprehensive Impact of Tourism 5.0: Sustainability, Inclusion, and the Future of Work," explores how advanced technologies not only transform the tourist experience but also drive sustainability, enhance inclusion, and redefine the labor landscape in the tourism industry. Key technologies in Tourism 5.0 are analyzed, and case studies of tourism personalization through big data and artificial intelligence are presented.

"Tourism 5.0: Innovation and Transformation in the Tourism Industry" is a comprehensive guide to understanding how advanced technologies and sustainability are shaping the future of tourism. Through detailed analysis and practical examples, the book provides tourism professionals with the necessary tools to adapt and thrive in this new era.

KEYWORDS: Tourism 5.0, Advanced Technology, Sustainability, Tourism Services, Smart Destinations.

INTRODUCCIÓN

En la era de la transformación digital, la industria del turismo no es ajena a los cambios disruptivos que la tecnología trae consigo. El concepto de Turismo 5.0 representa una evolución significativa, fusionando la innovación tecnológica con la sostenibilidad y la inclusión para crear experiencias turísticas más personalizadas, eficientes y responsables. Este libro, titulado "Turismo 5.0: Innovación y Transformación en la Industria Turística," se adentra en este nuevo paradigma, explorando cómo la inteligencia artificial (IA), el big data, la realidad virtual (RV), la realidad aumentada (RA) y otras tecnologías emergentes están redefiniendo el turismo.

La evolución del turismo ha pasado por varias fases, cada una marcada por avances tecnológicos y cambios en las preferencias de los viajeros. Desde el turismo de masas hasta el turismo experiencial, cada etapa ha aportado nuevas dimensiones a la industria. Sin embargo, el Turismo 5.0 no solo se enfoca en la mejora de la experiencia del usuario, sino también en la creación de un equilibrio sostenible que beneficie tanto a los destinos turísticos como a las comunidades locales.

En este libro, los autores Renato Hernán Herrera-Chávez, Andrea S. Ribadeneira Vacacela y Roberto Carlos Vega Bonilla nos guían a través de los elementos clave del Turismo 5.0. A lo largo de sus páginas, se desglosan los conceptos y tecnologías que están moldeando el futuro del turismo, ofreciendo un marco teórico y práctico para su comprensión y aplicación en la industria.

El primer capítulo introduce los fundamentos del Turismo 5.0, destacando cómo tecnologías como la IA y el big data están revolucionando la personalización de los servicios turísticos. Además, se explora el papel del blockchain en la seguridad y transparencia de las transacciones, y cómo la RV y la RA están creando experiencias inmersivas para los viajeros.

El segundo capítulo se centra en los nuevos modelos de negocio y estrategias en el turismo, analizando cómo la economía colaborativa y las plataformas digitales están transformando la forma en que los turistas planifican y experimentan sus viajes. Ejemplos de empresas innovadoras como Airbnb y Uber ilustran cómo la tecnología puede impulsar la sostenibilidad y la eficiencia operativa.

En el tercer capítulo, se examina la evolución de los destinos turísticos hacia destinos inteligentes, detallando los componentes esenciales de estos destinos y las fases de su desarrollo. Se discuten los impulsores y barreras para la implementación de destinos inteligentes, ofreciendo una visión integral de su impacto en la industria.

El cuarto capítulo aborda el tema de la sostenibilidad y la conservación ambiental en el contexto del Turismo 5.0. A través de estudios de caso y estrategias de sostenibilidad, se demuestra cómo la tecnología puede facilitar una gestión más eficiente de los recursos naturales y reducir el impacto ambiental del turismo.

Finalmente, el quinto capítulo, titulado "Impacto Integral del Turismo 5.0: Sostenibilidad, Inclusión y Futuro del Trabajo," explora cómo las tecnologías avanzadas están transformando no solo la experiencia turística, sino también la inclusión y el panorama laboral en la industria. Se analizan las tecnologías clave y se presentan estudios de caso que ilustran cómo la personalización y la gestión de datos pueden mejorar la experiencia del turista y la sostenibilidad de los destinos.

Este libro es una guía esencial para profesionales del turismo, académicos y cualquier persona interesada en comprender cómo la tecnología y la sostenibilidad están dando forma al futuro del turismo. A través de un análisis exhaustivo y ejemplos prácticos, "Turismo 5.0: Innovación y Transformación en la Industria Turística" proporciona las herramientas necesarias para adaptarse y prosperar en esta nueva era del turismo.

CAPÍTULO 1.

1. Fundamentos y Tecnologías Emergentes del Turismo 5.0

El turismo 5.0 representa una evolución significativa en la industria turística, integrando tecnologías avanzadas con un enfoque en la sostenibilidad, la resiliencia y la centralidad humana. Esta nueva etapa del turismo combina la inteligencia artificial (IA), el big data, la realidad virtual (RV), la realidad aumentada (RA) y el blockchain, entre otras innovaciones tecnológicas, para mejorar y personalizar la experiencia del turista. Gössling (2021) y Buhalis (2019) destacan cómo estas tecnologías no solo optimizan la eficiencia operativa, sino que también mejoran la seguridad y la sostenibilidad en las transacciones turísticas. Alcántara (2017) y Arranz (2020) subrayan la importancia de estas innovaciones para mejorar la gestión de recursos y proporcionar experiencias turísticas más satisfactorias y personalizadas.

En este contexto, el uso de IA y big data permite una personalización avanzada de los servicios turísticos y un análisis detallado de las preferencias de los turistas, facilitando la creación de ofertas y experiencias adaptadas a las necesidades individuales. La RV y la RA, por su parte, ofrecen experiencias inmersivas que enriquecen la

interacción del turista con el destino, mientras que el blockchain asegura la transparencia y seguridad en las transacciones, fortaleciendo la confianza del usuario. Gössling (2021) enfatiza que estas tecnologías son fundamentales para desarrollar estrategias turísticas más sostenibles y responsables con el medio ambiente. Además, la adopción de estas tecnologías se considera esencial para mantener la competitividad y sostenibilidad en un sector en constante evolución.

El capítulo abordará la evolución del turismo hacia esta nueva era tecnológica, destacando cómo estas herramientas avanzadas están transformando cada aspecto de la experiencia turística y la gestión de destinos. Desde el origen del Turismo 5.0 hasta su definición actual y sus aplicaciones prácticas, se explorarán las oportunidades y desafíos que presenta esta transformación digital para la industria. A través de una revisión detallada de las tecnologías emergentes y su impacto en el turismo, se proporcionará una comprensión profunda de cómo estas innovaciones están configurando el futuro del sector, con un enfoque particular en la sostenibilidad, la eficiencia y la personalización.

El turismo 5.0 se basa en la sostenibilidad, resiliencia y centralidad humana, integrando tecnologías avanzadas como IA, Big Data, RV, RA y blockchain. Gössling (2021) y Buhalis (2019) destacan cómo estas tecnologías facilitan la personalización de servicios, el análisis de datos y la seguridad en transacciones, contribuyendo a un turismo más eficiente y sostenible. Además, Alcántara (2017) y Arranz (2020) resaltan la importancia de estas innovaciones para optimizar recursos y mejorar la experiencia del usuario en el turismo.

La IA y Big Data personalizan servicios y analizan datos de preferencias turísticas, mientras que RV y RA ofrecen experiencias inmersivas. Blockchain mejora la transparencia en transacciones. Gössling (2021) subraya la importancia de estas tecnologías para estrategias más sostenibles y responsables ambientalmente. Alcántara (2017) y Arranz (2020) también subrayan la necesidad de adoptar estas tecnologías para mantenerse competitivos y sostenibles en la industria turística.

1.1. Origen del Turismo 5.0

El Turismo 5.0 se origina en la convergencia de tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial, el internet de las cosas

(IoT), la realidad aumentada y virtual, el big data, y la computación en la nube, entre otras. Este concepto busca transformar la experiencia turística a través de la digitalización y la interconexión de servicios, proporcionando una experiencia personalizada y eficiente para los viajeros. La evolución de la industria turística hacia el Turismo 5.0 también está impulsada por la necesidad de adaptarse a las demandas cambiantes de los consumidores y a los desafíos ambientales, económicos y sociales (Advances in Business Strategy and Competitive Advantage Book Series, 2023).

El turismo 5.0 se refiere a la última etapa en la evolución del turismo, caracterizada por un cambio hacia experiencias de viaje personalizadas, sostenibles e impulsadas por la tecnología. Este concepto se basa en etapas anteriores como el turismo de masas (Turismo 1.0), el turismo cultural (Turismo 2.0), el ecoturismo (Turismo 3.0) y el turismo inteligente (Turismo 4.0). El Turismo 5.0 enfatiza la integración de tecnologías avanzadas como inteligencia artificial, big data y realidad virtual para mejorar las experiencias de los visitantes y al mismo tiempo promover la conservación ambiental y la autenticidad cultural.



Figura 1. Herrera-Chávez et al. (2024). *Turismo 5.0*. Creación propia.

El turismo 5.0, como evolución del turismo, se ha convertido en un motor importante para la recuperación económica y la sostenibilidad en las ciudades. Surgió como una consecuencia de la Revolución Industrial en el siglo XIX, con desplazamientos motivados por el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. En la actualidad, el turismo 5.0 se caracteriza por la integración de tecnologías avanzadas como la Inteligencia Artificial, el Big Data y el Blockchain en la industria turística.

El concepto de "destino turístico inteligente" ha sido fundamental en las discusiones sobre el turismo 5.0, destacando la importancia de gestionar la información generada en canales digitales para mejorar la experiencia del usuario y la competitividad del sector. Además, se enfatiza la necesidad de que las personas se involucren en proponer

ideas innovadoras que favorezcan la conexión con los usuarios y promuevan un turismo más sostenible e inclusivo.

El turismo 5.0 representa una nueva era en la industria turística que combina la tradición con la tecnología avanzada, buscando mejorar la experiencia del viajero y promover la sostenibilidad en las ciudades.

1.2. Definición de turismo 5.0

El Turismo 5.0 se puede definir como una nueva fase en la evolución del sector turístico, marcada por la integración de tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial (IA), el Internet de las Cosas (IoT), la realidad aumentada (RA), la realidad virtual (RV) y el big data, entre otras.

Este enfoque busca mejorar la experiencia turística, haciéndola más personalizada, sostenible y eficiente. Su definición cronológica evoluciona como se muestra a continuación:

Tabla 1.

Definición cronológica de Turismo 5.0

Año	Definición	Fuente
1950s	Turismo 1.0: Desarrollo inicial del turismo de masas, caracterizado por viajes organizados y paquetes turísticos accesibles para un amplio segmento de la población.	No se especifica una fuente específica, basado en el desarrollo histórico general del turismo.
1990s	Turismo 2.0: Introducción de las tecnologías de la información y comunicación (TICs) en la planificación y gestión de los viajes, incluyendo el uso de internet para reservas y búsqueda de información.	Sheldon, P. (1997)
2000s	Turismo 3.0: Aumento del uso de plataformas de redes sociales y tecnologías móviles, permitiendo a los viajeros compartir experiencias y acceder a servicios turísticos en tiempo real.	Buhalis, D., & Law, R. (2008).
2010s	Turismo 4.0: Aplicación de tecnologías avanzadas como el big data, inteligencia artificial, y IoT para mejorar la gestión de destinos y la personalización de servicios turísticos.	Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2017).
2022	Turismo 5.0: Optimización de Operaciones y Sostenibilidad: Busca mejorar la experiencia del usuario y optimizar las operaciones turísticas para contribuir a la sostenibilidad del sector.	García, A. (2022).
2023	Turismo 5.0: Integración de Tecnologías Avanzadas: Se define por la integración de tecnologías avanzadas como IA, IoT, realidad aumentada y virtual, big data, y computación en la nube.	Advances in Business Strategy and Competitive Advantage Book Series. (2023).

2023	Turismo 5.0: Desafíos y Adaptación: Enfrenta desafíos significativos como la necesidad de inversiones y la adaptación a nuevas formas de trabajo, además de preocupaciones sobre privacidad y seguridad de datos.	Martínez, L., & Pérez, J. (2023).
------	---	-----------------------------------

Nota: Adaptado de García (2022), *Advances in Business Strategy and Competitive Advantage Book Series* (2023), y Martínez y Pérez (2023).

El Turismo 5.0 es la evolución del turismo hacia un modelo más inteligente, sostenible, personalizado y experiencial, impulsado por la integración de las últimas tecnologías.

Se basa en cinco pilares fundamentales:

1. Datos: El uso de big data, inteligencia artificial y aprendizaje automático para la gestión de destinos turísticos, la personalización de experiencias y la toma de decisiones estratégicas.
2. Conectividad: La aplicación de tecnologías como el internet de las cosas (IoT), 5G y realidad aumentada para mejorar la conectividad, la accesibilidad y la interacción entre los turistas y el entorno.

3. Sostenibilidad: El compromiso con la protección del medio ambiente, la conservación de los recursos naturales y el desarrollo de un turismo responsable y ético.

4. Personalización: La creación de experiencias personalizadas y únicas para cada turista, adaptadas a sus intereses, necesidades y preferencias.

5. Colaboración: La cooperación entre todos los actores del sector turístico, incluyendo gobiernos, empresas, comunidades locales y turistas, para la creación de un ecosistema turístico más sostenible e inclusivo.



Figura 2. Herrera-Chávez et al. (2024). *Definición de Turismo 5.0*. Creación propia.

1.3. Elementos clave del Turismo 5.0

El Turismo 5.0 se caracteriza por la integración de elementos clave que van más allá de la simple visita turística, abarcando aspectos como la sostenibilidad, la seguridad, la digitalización y la creatividad. Algunos de estos elementos identificados en diferentes estudios incluyen:

1. Turismo sostenible y desarrollo local Se destaca la importancia de un desarrollo turístico integrado y sostenible en áreas rurales para preservar el ambiente y fomentar el desarrollo local.
2. Seguridad y resiliencia pos-COVID-19: Tras la pandemia, se enfatiza la necesidad de promover destinos seguros, fomentar la confianza de los turistas y reforzar la resiliencia turística a través de la seguridad, la digitalización y la sostenibilidad.
3. Turismo creativo: El turismo creativo, que incluye elementos como el street art y el grafiti, se posiciona como una oferta innovadora capaz de satisfacer las expectativas de los consumidores al permitir una alta co-creación de experiencias turísticas.
4. Patrimonio natural y cultural: La valoración del patrimonio natural y cultural es fundamental para el desarrollo de un turismo cultural sustentable, que involucre a diversos sectores clave y

promueva la reactivación de identidades locales enriquecidas cultural y ecológicamente.

Estos elementos clave reflejan la evolución del turismo hacia enfoques más holísticos que buscan no solo atraer visitantes, sino también preservar el entorno, promover el desarrollo local y ofrecer experiencias enriquecedoras y seguras para los turistas.

1.4 Fortalezas y dificultades del Turismo 5.0

El turismo 5.0 representa un cambio de paradigma en la industria del turismo, aprovechando tecnologías de vanguardia como la inteligencia artificial (IA), el Internet de las cosas (IoT), la realidad aumentada (AR), la realidad virtual (VR) y el análisis de big data para mejorar y personalizar la experiencia turística. Este enfoque innovador tiene como objetivo no sólo mejorar la calidad de las experiencias turísticas sino también abordar los desafíos de sostenibilidad y eficiencia en la industria. A continuación, exploramos las ventajas y desafíos asociados al Turismo 5.0.

1.4.1. Fortalezas del Turismo 5.0

Experiencia turística mejorada: A través de la personalización, tecnologías como la IA, realidad aumentada y análisis de big data pueden ofrecer recomendaciones personalizadas, experiencias inmersivas e información en tiempo real, lo que lleva a un viaje más satisfactorio y atractivo para los turistas.

Mayor sostenibilidad: Big data y la IA pueden analizar el comportamiento de los turistas y optimizar la gestión de recursos, reduciendo el impacto ambiental. Además, se puede facilitar la promoción de prácticas de turismo responsable mediante campañas específicas de educación y sensibilización. A su vez una promoción de la sostenibilidad, a través del monitoreo y gestión inteligente de los flujos turísticos y la promoción de prácticas amigables con el medio ambiente, Turismo 5.0 puede contribuir a la reducción de la huella ecológica del turismo y promover la conservación del patrimonio natural y cultural.

Beneficios económicos: Mejorar los lugares de viaje y utilizar planes de marketing especiales puede atraer más turistas. Esto ayuda a que

las empresas y las áreas locales crezcan. Además, fabricar artículos de viaje nuevos e interesantes genera más puestos de trabajo.

Accesibilidad e inclusión: Las herramientas de traducción de inteligencia artificial y el diseño web accesible pueden hacer que los destinos turísticos sean más fáciles de visitar para personas con discapacidades y orígenes culturales diversos. La realidad aumentada y virtual también puede hacer que el turismo sea más accesible para las personas con discapacidad o que no pueden viajar, ampliando el turismo a un público más amplio.

Mejor toma de decisiones: Los conocimientos basados en datos pueden informar una mejor toma de decisiones por parte de gobiernos, empresas y otras partes interesadas en la industria del turismo, lo que lleva a estrategias y asignación de recursos más efectivas.

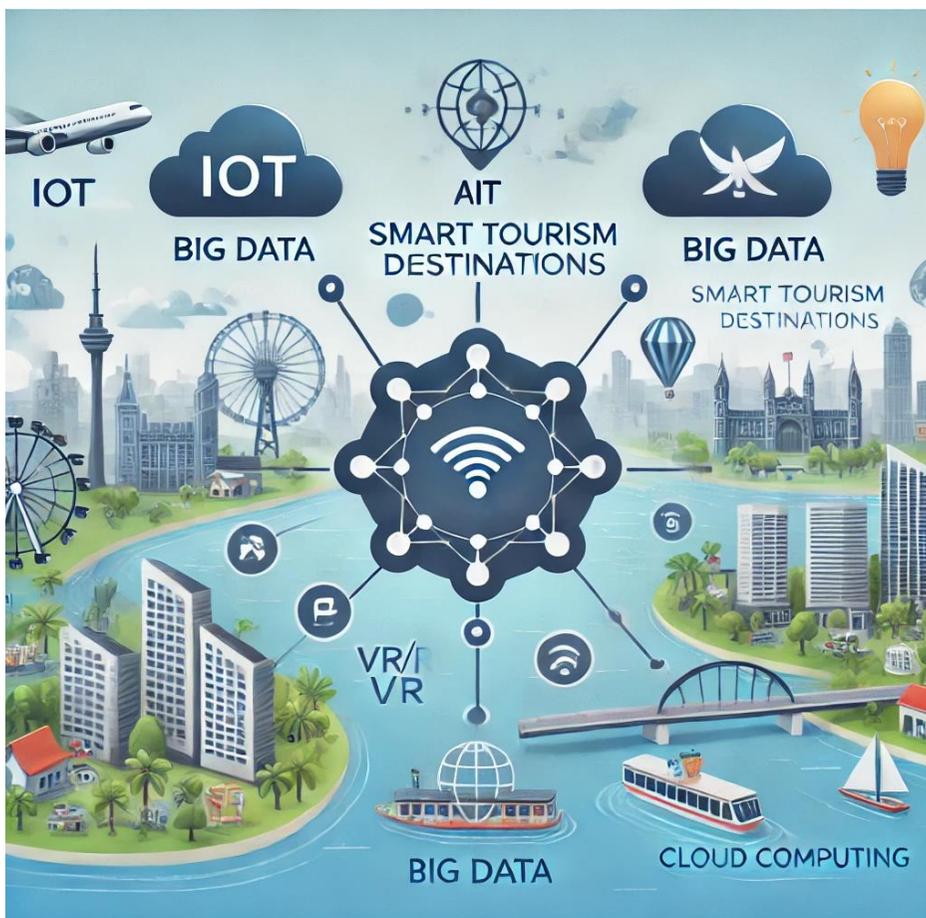


Figura 3. Herrera-Chávez et al. (2024). *Elementos clave del Turismo 5.0*. Creación propia.

Eficiencia operativa: La automatización de procesos y el uso de sistemas inteligentes en la gestión de alojamiento, transporte y otros servicios turísticos pueden conducir a una mayor eficiencia, reducción de costos y mejora de la calidad del servicio.

Gestión de destinos mejorada: La recopilación y el análisis de datos en tiempo real pueden ayudar a los administradores de destinos a comprender mejor los flujos de visitantes, optimizar la asignación de recursos y mejorar la planificación urbana y de servicios, lo que conduce a prácticas de gestión más sostenibles.

1.4.2. Dificultades del Turismo 5.0:

La implementación de Turismo 5.0 no está exenta de desafíos. Entre las principales dificultades se encuentran la resistencia al cambio organizacional, los altos costos de inversión en tecnología, los problemas relacionados con la privacidad y la seguridad de los datos, la desigualdad en el acceso a las tecnologías avanzadas y el reto de integrar prácticas sostenibles y éticas en un entorno tecnológico en constante evolución.

Resistencia al Cambio y Adaptación Tecnológica: Una de las principales dificultades radica en la resistencia al cambio tanto por parte de las organizaciones turísticas como de los empleados. La implementación de nuevas tecnologías requiere una adaptación significativa que a menudo encuentra resistencia debido a la falta de formación y el miedo a lo desconocido (López et al., 2021).

Inversión y Costos: El desarrollo y mantenimiento de las infraestructuras tecnológicas necesarias para Turismo 5.0 implican altos costos. Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en particular pueden tener dificultades para afrontar estas inversiones, limitando su capacidad para competir en igualdad de condiciones (García, 2022).

Privacidad y Seguridad de los Datos: El manejo de grandes volúmenes de datos plantea desafíos en términos de privacidad y seguridad. Los turistas pueden mostrarse reacios a compartir información personal, y las empresas deben garantizar la protección de estos datos frente a ciberataques y mal uso (Martínez y Pérez, 2023).

Desigualdad en el Acceso a la Tecnología: Existe una brecha tecnológica entre diferentes regiones y países. Las áreas menos desarrolladas pueden quedar rezagadas, creando desigualdades en el acceso a las ventajas del Turismo 5.0 (Rodríguez et al., 2023).

Sostenibilidad y Ética: Integrar tecnologías avanzadas con prácticas sostenibles y éticas es un reto significativo. A menudo, las soluciones tecnológicas pueden entrar en conflicto con los objetivos de

sostenibilidad, requiriendo un equilibrio cuidadoso (Fernández, 2022).

El Turismo 5.0 presenta importantes fortalezas y dificultades y desafíos. Una planificación cuidadosa, una implementación responsable y consideraciones éticas son cruciales para garantizar que esta evolución del turismo beneficie a todas las partes interesadas y fomente un futuro sostenible e inclusivo para la industria. El Turismo 5.0 ofrece numerosas oportunidades para enriquecer y transformar la experiencia turística, haciéndola más sostenible y eficiente. Sin embargo, también plantea desafíos importantes que requieren una gestión cuidadosa y estratégica, particularmente en lo que respecta a la ética de los datos, la inclusión tecnológica y la sostenibilidad a largo plazo de la industria del turismo. La implementación exitosa del Turismo 5.0 requerirá un enfoque equilibrado que considere tanto los beneficios potenciales como los riesgos asociados.

1.5. Impacto de la tecnología en el Turismo 5.0

El turismo 5.0 representa una evolución en la industria turística, impulsada por avances tecnológicos significativos. Las tecnologías

avanzadas como la inteligencia artificial, el IoT y la realidad aumentada están transformando la experiencia del turista, haciéndola más personalizada y eficiente. Estas tecnologías permiten a los turistas acceder a información y servicios de manera rápida y conveniente, mejorando así su satisfacción general (Moro, 2022). Además, sistemas de IA y robots ayudan en tareas como la traducción de idiomas, la asistencia al cliente y la realidad virtual, proporcionando una experiencia de viaje más segura y agradable. Estas innovaciones facilitan la planificación y reserva de viajes, haciendo que el proceso sea más simple y accesible (Goel et al., 2022).

La integración de tecnologías como la inteligencia artificial y el big data permite a las empresas turísticas optimizar sus operaciones. Esto incluye la gestión de recursos, la automatización de procesos y la mejora en la toma de decisiones, lo que resulta en una mayor eficiencia y reducción de costos (Advances in Business Strategy and Competitive Advantage Book Series, 2023). La habilitación de elementos centrales como los datos, a través de tecnologías como el análisis de big data, la inteligencia artificial y el aprendizaje automático, es crucial para recopilar, analizar y utilizar datos turísticos para personalizar experiencias, optimizar la gestión de destinos y tomar decisiones basadas en datos. La colaboración, basada en plataformas en línea y herramientas de intercambio de

datos, permite una comunicación efectiva entre diversas partes interesadas en el ecosistema turístico, incluidos gobiernos, empresas y comunidades locales.

Las tecnologías emergentes están generando un impacto significativo en la experiencia del usuario y en la sostenibilidad del turismo. La realidad virtual permite experiencias inmersivas incluso antes o después del viaje, mientras que la realidad aumentada puede enriquecer las experiencias existentes al superponer información adicional sobre el mundo real. La automatización a través de robots, inteligencia artificial y opciones de autoservicio agiliza procesos, reduce tiempos de espera y mejora la eficiencia operativa en diversos aspectos del turismo, como el transporte o los procedimientos de check-in. Además, las campañas de marketing dirigidas que utilizan redes sociales, análisis de datos y marketing de influencers pueden llegar de manera efectiva a audiencias diversas, mientras que los recorridos virtuales y los videos de 360° brindan herramientas inmersivas para la promoción de destinos.



Figura 4. Herrera-Chávez et al. (2024). *Impacto de la tecnología en el Turismo 5.0*. Creación propia.

1.6. Big data y analítica en la industria turística

La tecnología ha revolucionado el turismo, facilitando la creación de experiencias personalizadas y mejorando la eficiencia operativa. Según Buhalis (2019), el turismo ha evolucionado desde la simple adopción de tecnologías de información y comunicación (TIC) hacia el e-Tourism y el turismo inteligente, integrando tecnologías como la inteligencia artificial, el Internet de las Cosas (IoT) y el Big Data. En los últimos años, la industria del turismo ha experimentado una transformación digital, y uno de los impulsores clave de esta transformación es el uso de big data y análisis. Big data se refiere a la enorme cantidad de datos estructurados y no estructurados generados por diversas fuentes, como redes sociales, plataformas de

reservas, reseñas de clientes, datos de sensores y más. La analítica, por otro lado, implica el proceso de examinar e interpretar estos datos para extraer información valiosa y tomar decisiones informadas. La importancia del big data y el análisis en la industria turística está directamente relacionado con los siguientes ámbitos:

En el marketing personalizado, al analizar grandes volúmenes de datos, las organizaciones pueden obtener una comprensión profunda de sus clientes, sus preferencias y sus comportamientos. Esto les permite crear campañas de marketing personalizadas y ofertas adaptadas a viajeros individuales, lo que da como resultado una mayor satisfacción y lealtad del cliente (Wang & Fesenmaier, 2004).

La previsión de la demanda, que al realizarse con big data y análisis, ayuda a las organizaciones a predecir patrones y tendencias de la demanda en el mercado turístico. Al analizar los datos de reservas anteriores, las tendencias de las redes sociales, las consultas de búsqueda de viajes y otras fuentes de datos relevantes, las organizaciones pueden anticipar con precisión la demanda y ajustar sus estrategias de precios, inventario y marketing en consecuencia (Li et al., 2018).

Una eficiencia operativa mejorada se logra mediante el análisis de grandes conjuntos de datos que pueden ayudar a identificar ineficiencias en diversos aspectos de la industria del turismo, como los canales de distribución, la gestión de la cadena de suministro y la asignación de recursos. Al optimizar estos procesos basándose en conocimientos basados en datos, las organizaciones pueden mejorar la eficiencia operativa y reducir los costos (Buhalis & Amaranggana, 2013).

Una experiencia del cliente mejorada se genera cuando el big data y el análisis permiten a las organizaciones obtener una comprensión integral del recorrido del cliente, desde la búsqueda inicial de opciones de viaje hasta los comentarios posteriores al viaje. Al analizar estos datos, las organizaciones pueden identificar puntos débiles, preferencias y áreas de mejora en la experiencia del cliente, lo que les permite mejorar sus productos y servicios en consecuencia (Tussyadiah et al., 2017).

Mejor gestión de riesgos se logra al analizar los datos relacionados con la seguridad y los riesgos de salud, lo que puede ayudar a las organizaciones a identificar riesgos potenciales y tomar medidas preventivas. Por ejemplo, el análisis de los datos de las redes sociales puede proporcionar información sobre el sentimiento de los viajeros y los riesgos emergentes en destinos específicos, lo que permite a las

organizaciones abordar las preocupaciones de seguridad de manera proactiva (Sigala, 2018).

Si bien el big data y el análisis ofrecen importantes oportunidades para la industria del turismo, también existen desafíos y consideraciones que deben abordarse. La recopilación y análisis de grandes cantidades de datos de clientes genera preocupaciones sobre privacidad y seguridad de datos. Las organizaciones deben garantizar el cumplimiento de regulaciones e implementar medidas de seguridad sólidas para proteger los datos que recopilan. La industria del turismo genera datos de diversas fuentes, e integrar y garantizar la calidad de estos datos puede ser una tarea compleja. Las organizaciones necesitan invertir en herramientas y procesos de gestión de datos para garantizar la integridad y precisión de los datos (Koo et al., 2017). Aprovechar de manera efectiva el big data y el análisis requiere habilidades y experiencia especializadas. Las organizaciones necesitan científicos de datos, analistas y profesionales de TI que puedan interpretar los datos y extraer información significativa. Puede ser necesaria la colaboración con socios externos o la contratación interna de profesionales cualificados. Es importante utilizar los datos de forma ética y evitar sesgos que puedan surgir de la recopilación y el análisis de datos. Las organizaciones deben ser transparentes sobre cómo se recopilan

y utilizan los datos y garantizar que los algoritmos y modelos utilizados para el análisis sean justos e imparciales (Morabito, 2015).

Podemos concluir que los macrodatos y el análisis se han convertido en herramientas poderosas para la industria del turismo, que permiten a las organizaciones obtener información valiosa, mejorar la eficiencia operativa, personalizar los esfuerzos de marketing y mejorar la experiencia general del cliente. Sin embargo, abordar los desafíos relacionados con la privacidad, la integración, las habilidades y la ética de los datos es crucial para que las organizaciones aprovechen al máximo el potencial del big data y el análisis en la industria del turismo. Al hacerlo, pueden seguir siendo competitivos y ofrecer experiencias excepcionales a sus clientes en la era digital.

El uso del Big Data en turismo permite la recopilación y análisis de grandes volúmenes de datos, proporcionando información valiosa sobre las preferencias y comportamientos de los turistas. Gössling (2021) destaca que el análisis de Big Data puede mejorar la sostenibilidad del turismo, identificando patrones de consumo que permitan desarrollar estrategias más eficientes y sostenibles.

1.7. Inteligencia Artificial en el sector turístico

La inteligencia artificial (IA) está transformando rápidamente la industria del turismo, ofreciendo soluciones innovadoras y experiencias mejoradas tanto para viajeros como para empresas. Así es como la IA está dejando su huella:

1.7.1. Recomendaciones de viaje personalizadas.

La inteligencia artificial (IA) juega un papel crucial en la personalización de la experiencia turística. Aplicaciones de IA pueden predecir las preferencias de los usuarios y ofrecer recomendaciones personalizadas, mejorando la satisfacción del cliente. Según Arranz (2020), la IA permite optimizar procesos y prever comportamientos futuros de los visitantes, facilitando la creación de productos y servicios específicos. Los chatbots y asistentes virtuales con tecnología de inteligencia artificial analizan las preferencias de los usuarios, el comportamiento de viajes anteriores y los datos en tiempo real (clima, eventos) para recomendar actividades, destinos y opciones de viaje personalizados.

Los sistemas de recomendación en plataformas de reserva de viajes y sitios web sugieren vuelos, hoteles y atracciones en función de perfiles de usuario individuales e interacciones pasadas.

1.7.2. Servicio y soporte al cliente mejorados.

Los chatbots con tecnología de inteligencia artificial manejan consultas básicas, responden preguntas frecuentes y brindan atención al cliente las 24 horas, los 7 días de la semana, ofreciendo mayor eficiencia y ahorro de costos para las empresas.

La traducción de idiomas en tiempo real permite una comunicación fluida entre los viajeros y los proveedores de servicios, independientemente de las barreras del idioma.

1.7.3. Gestión dinámica de precios e ingresos.

Algoritmos de IA, analizan las tendencias del mercado, los precios de la competencia y la demanda en tiempo real para optimizar las estrategias de precios para vuelos, hoteles y tours, garantizando precios competitivos y maximizando los ingresos para las empresas.

El modelado predictivo, pronostica la demanda futura y ayuda a las empresas a ajustar sus estrategias de precios y asignación de recursos en consecuencia.

1.7.4. Operaciones de viaje simplificada.

Los documentos de viaje inteligentes y el reconocimiento biométrico pueden acelerar los procesos de facturación en aeropuertos y otros centros de viajes, reduciendo los tiempos de espera y mejorando la experiencia general.

Los robots impulsados por IA pueden automatizar tareas como el servicio de habitaciones, la entrega de equipaje y los servicios de conserjería, liberando al personal humano para tareas más complejas.

El impacto de los robots impulsados por IA en el sector turístico, particularmente dentro de la industria hotelera, marca un cambio significativo hacia la integración de tecnología avanzada para mejorar la calidad del servicio, la experiencia del cliente y la eficiencia operativa. Esta transformación está impulsada por la implementación de robots, inteligencia artificial y automatización de servicios (RAISA) en varios puntos de contacto de servicios, incluidos hoteles, restaurantes y servicios de viajes.

Se pueden encontrar referencias al impacto discutido y la integración de los robots impulsados por IA en el sector del turismo y la hotelería

en los trabajos de Bowen y Morosan (2018), Ivanov, Webster y Berezina (2017) y Naumov (2019), entre otros. . Estos estudios destacan tanto el potencial transformador de las tecnologías RAISA como la necesidad de un enfoque estratégico para su implementación en la industria hotelera.

Las tecnologías RAISA están remodelando el panorama hotelero al brindar soluciones innovadoras a desafíos de larga data de la industria, como la escasez de mano de obra, la necesidad de experiencias personalizadas para los clientes y la gestión eficiente de las complejidades operativas. La integración de estas tecnologías no se trata simplemente de reemplazar el trabajo humano con máquinas, sino de crear una relación simbiótica donde la tecnología complementa los esfuerzos humanos para brindar una calidad de servicio superior y experiencias memorables para los clientes.

1.7.5. Impactos clave de RAISA en la industria hotelera.

1. Calidad y eficiencia del servicio mejoradas: Los robots y los sistemas impulsados por IA son capaces de realizar una amplia gama de tareas con precisión y velocidad, desde gestionar las operaciones de recepción hasta proporcionar servicios de conserjería. Esto no sólo mejora la eficiencia operativa, sino que

también garantiza una calidad de servicio constante, lo que conduce a mayores niveles de satisfacción del cliente.

2. Experiencias de cliente personalizadas: Los algoritmos de IA pueden analizar grandes cantidades de datos para comprender las preferencias y comportamientos individuales de los clientes. Esto permite la prestación de servicios altamente personalizados, desde recomendaciones personalizadas hasta configuraciones de habitación personalizadas, mejorando así la experiencia general del huésped.

3. Reducción de costos operativos: Al automatizar las tareas rutinarias, las tecnologías RAISA pueden ayudar a reducir los costos laborales y minimizar el error humano. Esto no solo genera ahorros de costos para las empresas hoteleras, sino que también permite que los empleados humanos se concentren en tareas más complejas y creativas que mejoran el compromiso y la satisfacción del cliente.

4. Ofertas de servicios innovadores: La introducción de robots de servicios y sistemas impulsados por IA permite a las empresas hoteleras ofrecer servicios nuevos e innovadores que antes no eran

factibles. Por ejemplo, los robots pueden ofrecer opciones de entretenimiento únicas, mientras que los sistemas impulsados por IA pueden ofrecer asesoramiento y asistencia en viaje en tiempo real.

5. Abordar la escasez de mano de obra: En las regiones que enfrentan escasez de mano de obra, los robots y los sistemas automatizados brindan una solución viable para mantener los niveles de servicio sin comprometer la calidad. Esto es particularmente relevante en tareas que requieren menos interacción humana, como la limpieza y el mantenimiento.

Si bien los beneficios de las tecnologías RAISA son múltiples, es crucial lograr un equilibrio entre la innovación tecnológica y el toque humano que define la hospitalidad. El éxito de estas tecnologías a la hora de mejorar la calidad del servicio y la experiencia del cliente depende de su integración cuidadosa en el proceso de prestación de servicios, garantizando que la tecnología complemente, en lugar de reemplazar, las interacciones personales que son el corazón de la industria hotelera.

1.8. Marketing mejorado y publicidad dirigida.

Algoritmos de IA analizan los datos del usuario y el comportamiento en línea para ofrecer campañas de marketing personalizadas y altamente específicas, llegando a la audiencia adecuada con el contenido más relevante.

La creación de contenido dinámico permite folletos de viajes personalizados y contenido del sitio web adaptado a los intereses y preferencias individuales de los viajeros.



Figura 5. Herrera-Chávez et al. (2024). *Marketing mejorado y publicidad dirigida*. Creación propia.

Las preocupaciones éticas relacionadas con la privacidad y el sesgo de los datos en los algoritmos de IA, requieren una atención cuidadosa y una implementación responsable. El desplazamiento de empleo, debido a la automatización en ciertos aspectos de la industria podría requerir reentrenamiento de la fuerza laboral y adaptación a roles impulsados por la IA. Es necesario garantizar la accesibilidad y la inclusión para evitar la discriminación y garantizar que la IA beneficie a todos los viajeros. En general, la IA presenta posibilidades interesantes para el futuro del turismo. Al aprovechar su potencial y al mismo tiempo abordar las preocupaciones éticas, la industria puede personalizar las experiencias, mejorar la eficiencia y crear un ecosistema de viajes más sostenible e inclusivo.

1.9. Internet en el turismo

La influencia de Internet en el turismo es profunda y multifacética y transforma la forma en que opera la industria, cómo se comercializan los destinos y cómo los viajeros toman decisiones. Internet ha revolucionado la industria del turismo, transformando la forma en que las personas planifican, reservan y experimentan los viajes. Aquí hay un desglose de su influencia significativa:

1.9.1. Acceso a la Información y Transparencia.

Mediante las agencias de viajes en línea (OTA), que son plataformas como Expedia y Kayak, brindan fácil acceso para comparar precios, reservar vuelos, hoteles y atracciones, lo que permite a los consumidores tomar decisiones informadas.

A través de los sitios web de destinos y redes sociales, los viajeros pueden acceder a información completa sobre destinos, atracciones, eventos culturales y experiencias locales, directamente desde fuentes oficiales y comunidades en línea. Esta transparencia fomenta la planificación informada y genera confianza con los visitantes potenciales.

1.9.2. Democratización de la planificación de viajes.

A través de internet, las personas pueden planificar sus itinerarios de forma independiente, sin pasar por las agencias y agentes de viajes tradicionales. Esto permite una mayor flexibilidad, personalización y rentabilidad.

A su vez el internet genera el alojamiento entre pares. Utilizando plataformas como Airbnb y Booking.com, que ofrecen opciones de alojamiento alternativas, lo que permite a los viajeros conectarse

directamente con los anfitriones y experimentar las culturas locales de manera más auténtica.

1.9.3. Promoción y marketing mejorados.

En las campañas de marketing y publicidad dirigidas, las empresas pueden aprovechar las redes sociales, los motores de búsqueda y las plataformas de viajes en línea para llegar a una audiencia más amplia y adaptar sus mensajes de marketing a intereses y datos demográficos específicos.

Existe una gran tendencia a promocionar el contenido generado por el usuario, reseñas en línea, los blogs de viajes y las publicaciones en las redes sociales de los propios viajeros crean un marketing auténtico y persuasivo, que influye en las elecciones de los visitantes potenciales.

1.9.4. Mayor conectividad y comunicación.

La creación de las aplicaciones de viaje, como las apps para teléfonos inteligentes brindan información en tiempo real, asistencia de navegación, herramientas de traducción y recomendaciones locales,

mejorando la experiencia de viaje y facilitando la comunicación entre viajeros y locales.

Las tan utilizadas redes sociales, permiten a los viajeros pueden conectarse con amigos, familiares y otros viajeros en tiempo real, compartiendo experiencias y recomendaciones al instante.

1.9.5. Industria de viajes en evolución.

El auge del ecoturismo se ha desarrollado en gran medida por las plataformas en línea, que muestran prácticas de viajes sostenibles y destinos ecológicos, promoviendo el turismo responsable y la conciencia ambiental.

El internet ha permitido que el turismo se beneficie con actividades típicas de la economía colaborativa, a través de las plataformas como Uber y Turo, que conectan a los viajeros con conductores y propietarios de automóviles locales, brindando opciones de transporte alternativas y contribuyendo a la economía colaborativa.

Algunas consideraciones del internet en el sector turístico que forman parte de los desafíos a superarse está la brecha digital, es decir un acceso desigual a internet y a la tecnología, esto puede exacerbar las desigualdades existentes y limitar el acceso a la información y los recursos para ciertos segmentos de la población.

La desinformación y reseñas falsas en internet, puede ser un caldo de cultivo para información errónea y contenido engañoso. Los viajeros deben ser consumidores críticos de información y confiar en fuentes confiables.

Otro problema por enfrentar es el sobreturismo, generado por la popularidad de ciertos destinos basada en las tendencias en línea puede provocar sobrepoblación y daños ambientales. Las prácticas de gestión sostenible son cruciales para abordar este desafío.

Sin duda la internet ha cambiado fundamentalmente el panorama del turismo, empoderando a los viajeros, transformando las empresas y dando forma a la industria hacia una mayor accesibilidad, personalización y prácticas responsables. A medida que la tecnología siga evolucionando, Internet sin duda seguirá desempeñando un papel vital en la configuración del futuro de los viajes.

1.9.6. Realidad virtual y aumentada en el turismo.

La realidad virtual (RV) y la realidad aumentada (RA) ofrecen nuevas formas de explorar destinos turísticos, permitiendo a los

usuarios experimentar lugares de manera inmersiva sin necesidad de viajar físicamente. Estas tecnologías no solo mejoran la experiencia del usuario sino que también pueden reducir la huella de carbono asociada con el turismo. Las tecnologías VR y AR han abierto nuevos horizontes en la industria del turismo, ofreciendo experiencias inmersivas que pueden mejorar y transformar la forma en que las personas exploran destinos, tanto reales como imaginarios. Estas tecnologías brindan formas innovadoras para que los turistas interactúen con el entorno, ya sea que planifiquen sus viajes desde casa o visiten físicamente un lugar. A continuación, se ofrece un análisis detallado de los beneficios y retos de implementar la realidad virtual y la realidad aumentada en el turismo.

Beneficios de la realidad virtual y la realidad aumentada en el turismo

1. Experiencia previa al viaje mejorada. La realidad virtual puede ofrecer a los turistas potenciales vistas previas inmersivas de destinos, alojamientos y atracciones, ayudándoles a tomar decisiones informadas sobre sus planes de viaje. Esto puede mejorar significativamente la comercialización de productos y servicios turísticos.

2. Visitas interactivas y atractivas. La RA agrega una capa de información digital (como imágenes, videos o modelos 3D) al

mundo físico, enriqueciendo la experiencia en el sitio para los visitantes. Esto puede incluir hechos históricos, ayudas a la navegación o incluso servicios de traducción de idiomas, lo que hace que las visitas sean más informativas y agradables.

3. Accesibilidad. La realidad virtual permite a las personas visitar virtualmente lugares que son inaccesibles debido a limitaciones físicas, financieras o de tiempo. Esto puede abrir nuevas oportunidades para las personas con discapacidad o para quienes no pueden viajar por otros motivos.

4. Preservación del patrimonio cultural. La realidad virtual y la realidad aumentada pueden desempeñar un papel crucial en la preservación del patrimonio cultural y los sitios históricos mediante la creación de réplicas digitales que se pueden explorar sin causar desgaste físico en los sitios reales.

5. Educación e interpretación. Estas tecnologías se pueden utilizar con fines educativos, proporcionando experiencias de aprendizaje inmersivas que son a la vez atractivas e informativas. Esto es particularmente útil en reservas naturales, museos y sitios históricos donde la narración y la interpretación son clave.

1.9.7 Retos de la realidad virtual y la realidad aumentada en el turismo

1. Altos costos de desarrollo. La creación de contenido de realidad virtual y realidad aumentada de alta calidad puede ser costosa e implica software, hardware y habilidades especializadas sofisticados. Esto puede suponer una barrera importante para los operadores más pequeños o destinos con presupuestos limitados.

2. Adopción de tecnología y accesibilidad. Si bien la popularidad de la realidad virtual y la realidad aumentada está aumentando, la adopción generalizada de estas tecnologías aún se encuentra en sus primeras etapas. No todos los turistas tienen acceso a cascos de realidad virtual o teléfonos inteligentes capaces de admitir aplicaciones de realidad aumentada, lo que limita el alcance de estas tecnologías.

3. Problemas con la experiencia del usuario. Garantizar una experiencia de usuario fluida y de alta calidad puede ser un desafío, especialmente dado el potencial de problemas técnicos como baja resolución, latencia o la incomodidad que algunos usuarios experimentan al usar cascos de realidad virtual durante períodos prolongados. .

4. Relevancia y calidad del contenido. Producir contenido que sea atractivo y relevante requiere una comprensión profunda del público objetivo y del destino. También existe el riesgo de simplificación excesiva o tergiversación de los contextos culturales e históricos.

5. Privacidad y seguridad de los datos. Las aplicaciones de RA, en particular, pueden recopilar datos sobre la ubicación y las interacciones del usuario, lo que genera preocupaciones sobre la privacidad y la seguridad de los datos que deben abordarse para ganarse la confianza de los usuarios.

Las tecnologías VR y AR ofrecen posibilidades interesantes para la industria del turismo, con el potencial de mejorar los esfuerzos de marketing, enriquecer las experiencias de los visitantes y hacer que los viajes sean más accesibles y educativos. Sin embargo, la integración exitosa de estas tecnologías en el turismo requiere superar desafíos importantes, incluidos los altos costos de desarrollo, la necesidad de una adopción generalizada de la tecnología y garantizar experiencias de usuario de alta calidad. A medida que estas tecnologías continúan evolucionando y volviéndose más accesibles, tienen el potencial de transformar significativamente el panorama turístico, ofreciendo nuevas formas

para que las personas exploren y se conecten con el mundo que las rodea.

1.9.8 Blockchain y criptomonedas en el sector turístico.

La tecnología blockchain se utiliza para mejorar la transparencia y la seguridad en las transacciones turísticas. Esta tecnología permite realizar pagos seguros y gestionar de manera eficiente las identidades digitales de los viajeros, protegiendo sus datos personales y financieros. El uso de la tecnología blockchain y las criptomonedas en el sector turístico representa una innovación significativa que promete transformar la forma en que interactuamos con los servicios y productos turísticos.



Figura 6. Herrera-Chávez et al. (2024). 2.3.7. Blockchain y criptomonedas en el sector turístico. Creación propia.

Presentan un gran potencial para revolucionar el sector turístico, transformando la forma en que se realizan las reservas, los pagos y la gestión de la información. Esta tecnología ofrece una serie de ventajas y desafíos que son importantes de analizar para comprender su impacto potencial en el sector, a su vez sus diversas oportunidades y beneficios potenciales:

1. Seguridad y Transparencia: La tecnología blockchain puede mejorar la seguridad y transparencia en las transacciones turísticas al garantizar la integridad de los datos y la autenticidad de las reservas, lo que ayuda a prevenir fraudes y aumentar la confianza de los viajeros. La tecnología blockchain proporciona un registro inmutable y transparente de todas las transacciones. Esto significa que los pagos y las reservas pueden realizarse de manera más segura, reduciendo el fraude, la necesidad de intermediarios y mejorando la confianza entre consumidores y proveedores de servicios turísticos.

2. Gestión de Identidad: Mediante blockchain, se puede facilitar la gestión de identidad de los turistas, permitiéndoles tener un control más directo sobre sus datos personales y simplificando los procesos de verificación en aeropuertos, hoteles y otros puntos de contacto durante el viaje.

3. Pagos Eficientes y reducción de costos. Las criptomonedas pueden agilizar los pagos internacionales en el sector turístico al eliminar intermediarios financieros y reducir los costos asociados con las transacciones monetarias, lo que beneficia tanto a los proveedores como a los consumidores. Esto puede dar lugar a precios más competitivos para los consumidores y mayores márgenes de beneficio para los proveedores de servicios.

4. Programas de Fidelización: La tecnología blockchain puede respaldar programas de fidelización más efectivos al facilitar la creación de sistemas de fidelización más sofisticados, permitiendo a los proveedores de servicios turísticos ofrecer recompensas y experiencias personalizadas basadas en el historial de transacciones y preferencias de los usuarios. Por ejemplo con la creación de tokens o activos digitales que los viajeros pueden canjear por servicios o beneficios adicionales, incentivando la lealtad del cliente.

5. Acceso Global a los Mercados: Las criptomonedas permiten transacciones transfronterizas sin la necesidad de convertir monedas, lo que facilita el acceso a servicios turísticos para personas de diferentes países. Esto puede aumentar significativamente el alcance de los negocios turísticos, especialmente en regiones con acceso limitado a sistemas bancarios tradicionales.

Algunos de los desafíos, de la tecnología blockchain y criptomonedas :

Regulación: La falta de un marco regulatorio claro para las criptomonedas puede generar incertidumbre y frenar su adopción en el sector turístico. Las preocupaciones sobre la privacidad, el lavado de dinero y la financiación del terrorismo pueden resultar en regulaciones estrictas que limiten el uso de estas tecnologías.

Educación y Concienciación: Para que la tecnología blockchain y las criptomonedas sean adoptadas ampliamente en el sector turístico, tanto los proveedores de servicios como los consumidores necesitan estar bien informados sobre su funcionamiento, beneficios y riesgos.

Interoperabilidad y Estándares Técnicos: La falta de interoperabilidad entre diferentes plataformas blockchain puede limitar la eficacia de las soluciones basadas en esta tecnología. El desarrollo de estándares técnicos comunes es crucial para facilitar la integración y adopción de sistemas blockchain en el turismo.

Volatilidad: La alta volatilidad de algunas criptomonedas puede ser un obstáculo para su uso como medio de pago. La fluctuación en el valor de las criptomonedas puede representar un riesgo tanto para

los consumidores como para los proveedores de servicios, afectando la estabilidad de precios y la planificación financiera.

Adopción: La adopción generalizada de las criptomonedas y la tecnología blockchain aún está en curso, y puede llevar tiempo que el sector turístico se adapte a estas nuevas tecnologías.

La adopción de blockchain y criptomonedas en el sector turístico tiene el potencial de transformar la forma en que se gestionan las operaciones, se protegen los datos y se realizan las transacciones, brindando una experiencia más segura, eficiente y personalizada para los viajeros.

Ejemplos de aplicaciones:

Reservas de alojamiento: Plataformas como Winding Tree utilizan blockchain para permitir la reserva de alojamiento directamente con propietarios, sin intermediarios.

Compra de billetes de avión: La mayoría de las aerolíneas no aceptan criptomonedas como forma de pago en sus sitios web oficiales. Sin embargo, cuando reserva a través de Alternative Airlines, puede elegir entre más de 600 aerolíneas y tener la opción de pagar con criptomonedas. Algunas agencias de viaje permiten la compra de

billetes de avión con criptomonedas, como CheapAir, Destinia, Expedia, Travelforcoins, AbitSky, BTCTrip.

Gestión de la identidad: La tecnología blockchain puede usarse para crear una identidad digital segura para los viajeros, facilitando el proceso de check-in y el acceso a servicios. Permitiéndoles tener un control más directo sobre sus datos personales y simplificando los procesos de verificación en aeropuertos, hoteles y otros puntos de contacto durante el viaje.

Programas de fidelización: Los programas de fidelización basados en blockchain pueden ofrecer a los viajeros recompensas más personalizadas y transparentes. La tecnología blockchain puede respaldar programas de fidelización más efectivos al permitir la creación de tokens o activos digitales que los viajeros pueden canjear por servicios o beneficios adicionales, incentivando la lealtad del cliente.

Si bien existen algunos desafíos que deben abordarse, las ventajas que ofrecen estas tecnologías son significativas. Es probable que veamos una mayor adopción de estas tecnologías en el sector turístico en los próximos años.

CAPÍTULO 2.

2. Nuevos modelos y estrategias de negocios en el Turismo 5.0

Economía colaborativa y su impacto en la industria turística.

El Turismo 5.0 está redefiniendo la manera en que la industria turística opera, impulsada por la convergencia de tecnologías avanzadas y modelos de negocio innovadores. Este capítulo explora cómo la economía colaborativa, las plataformas digitales, las tecnologías emergentes y las estrategias adaptativas están transformando el panorama del turismo, creando nuevas oportunidades y desafíos para los actores del sector.

La economía colaborativa, también conocida como economía P2P (peer-to-peer), ha tenido un impacto profundo en la industria del turismo, interrumpiendo los modelos tradicionales y facilitando conexiones directas entre viajeros y proveedores locales. Este modelo económico se basa en el intercambio o alquiler de bienes y servicios a través de plataformas digitales, permitiendo a individuos y empresas compartir recursos de manera eficiente. En el turismo, ha dado lugar a la aparición de servicios de alojamiento, transporte y experiencias turísticas accesibles, personalizados y, a menudo, más económicos que sus contrapartes tradicionales.

La economía colaborativa ha diversificado la oferta turística, ampliando las opciones disponibles para los viajeros y permitiéndoles disfrutar de una mayor autenticidad y personalización en sus viajes. Las plataformas colaborativas facilitan el acceso a experiencias locales auténticas y a opciones de viaje más asequibles, democratizando el turismo para un segmento más amplio de la población. Además, promueven el desarrollo local y la sostenibilidad al dirigir ingresos directamente a las comunidades, fomentando una distribución más equitativa de los beneficios del turismo.

No obstante, la economía colaborativa también presenta desafíos significativos, como la competencia para el sector tradicional, problemas de regulación y legalidad, y el impacto en las comunidades locales. La rápida expansión de las plataformas colaborativas ha obligado a los hoteles y otros proveedores de servicios turísticos tradicionales a adaptarse a las nuevas expectativas de los consumidores. La falta de regulaciones claras ha llevado a conflictos legales y preocupaciones sobre la equidad, seguridad y cumplimiento fiscal. Además, el aumento de la

demanda de alquileres a corto plazo puede provocar problemas de gentrificación y escasez de viviendas para los locales.

Las plataformas de reservas y viajes compartidos han revolucionado la forma en que los viajeros planifican y experimentan sus viajes. Estas plataformas conectan a los usuarios directamente con los proveedores, ofreciendo una forma conveniente, asequible y personalizada de reservar alojamiento, transporte y otros servicios turísticos. Ejemplos de estas plataformas incluyen Airbnb, Uber y GetYourGuide, que han redefinido los estándares de alojamiento, transporte y experiencias turísticas, respectivamente.

Las innovaciones en alojamiento, como los hoteles inteligentes y las opciones de hospedaje alternativas, están transformando la experiencia del huésped. Los hoteles inteligentes utilizan tecnologías avanzadas para mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente, mientras que las plataformas de economía colaborativa ofrecen opciones de hospedaje únicas y accesibles.

El turismo experiencial, impulsado por la economía de la experiencia, conecta a los viajeros con guías locales y proveedores de

experiencias, fomentando vivencias únicas y auténticas. Este enfoque no solo mejora la satisfacción del cliente, sino que también promueve un turismo más sostenible y responsable.

Este capítulo también presentará estudios de caso de empresas que han implementado con éxito nuevos modelos de negocio en el turismo 5.0. Ejemplos como Airbnb, Uber, GetYourGuide y Klook ilustran cómo estas empresas han aprovechado tecnologías avanzadas y modelos de economía colaborativa para transformar la industria turística, ofreciendo experiencias personalizadas y sostenibles a los viajeros.

Los nuevos modelos y estrategias de negocios en el Turismo 5.0 están revolucionando la industria, ofreciendo oportunidades para la innovación, la personalización y la sostenibilidad. A medida que la tecnología sigue avanzando, es crucial que los actores del sector turístico adopten estas innovaciones para mantenerse competitivos y satisfacer las crecientes demandas de los consumidores modernos.

La economía colaborativa, también conocida como economía colaborativa o consumo peer-to-peer (P2P), ha impactado significativamente a la industria turística. Interrumpe los modelos

tradicionales al facilitar conexiones directas entre viajeros y proveedores locales. La economía colaborativa ha reconfigurado significativamente la industria del turismo, ofreciendo tanto oportunidades como desafíos para los actores tradicionales y emergentes en el sector. Este modelo económico se basa en el intercambio o alquiler de bienes y servicios a través de plataformas digitales, lo que permite a individuos y empresas compartir recursos de manera eficiente. En el turismo, la economía colaborativa ha dado lugar a la aparición de servicios de alojamiento, transporte y experiencias turísticas que se caracterizan por ser accesibles, personalizados y, a menudo, más económicos que sus contrapartes tradicionales.



Figura 7. Herrera-Chávez et al. (2024). *Nuevos modelos y estrategias de negocios en el Turismo 5.0*. Creación propia.

2.1. Impacto Positivo en el Turismo

Diversificación de la Oferta Turística: La economía colaborativa ha ampliado las opciones disponibles para los viajeros, desde alojamientos únicos en plataformas como Airbnb hasta experiencias locales auténticas ofrecidas por anfitriones locales. Esto ha permitido a los viajeros disfrutar de una mayor autenticidad y personalización en sus viajes.

Turismo experiencial. Las plataformas conectan a los viajeros con guías locales y proveedores de experiencias, fomentando experiencias únicas y auténticas más allá de las atracciones turísticas tradicionales.

Accesibilidad Económica: Al proporcionar alternativas más asequibles a los hoteles y servicios turísticos tradicionales, la economía colaborativa ha hecho que viajar sea accesible para un segmento más amplio de la población. Esto ha estimulado el crecimiento del turismo en diversas regiones. Las plataformas colaborativas pueden ofrecer opciones de viaje más asequibles, haciendo que los viajes sean más accesibles para una gama más amplia de personas.

Desarrollo Local y Sostenibilidad: Muchas iniciativas de economía colaborativa en turismo promueven el desarrollo local al dirigir los ingresos directamente a las comunidades y fomentar el turismo sostenible. Esto puede ayudar a aliviar la concentración turística en áreas sobrecargadas y promover una distribución más equitativa de los beneficios del turismo.

Beneficios económicos para los locales: Permite a las personas monetizar recursos no utilizados, como habitaciones libres, creando nuevas oportunidades de ingresos y potencialmente distribuyendo los ingresos del turismo de manera más uniforme dentro de un destino.

2.1. Desafíos y Consideraciones.

Competencia para el Sector Tradicional: La rápida expansión de la economía colaborativa ha representado una competencia significativa para los hoteles y otros proveedores de servicios turísticos tradicionales, afectando sus ingresos y obligándolos a adaptarse a las nuevas expectativas de los consumidores. El auge de las plataformas colaborativas puede afectar negativamente a hoteles, taxis y otras empresas turísticas tradicionales.

Regulación y Legalidad: La regulación de las plataformas de economía colaborativa en el turismo ha sido un desafío en muchas jurisdicciones. La falta de regulaciones claras ha llevado a conflictos legales y preocupaciones sobre la equidad, seguridad, y cumplimiento fiscal. Es necesario abordar las preocupaciones sobre estándares, licencias y regulaciones de seguridad para el alojamiento y las actividades entre pares.

Impacto en las Comunidades Locales: Si bien la economía colaborativa puede beneficiar a las comunidades locales, también existe el riesgo de que contribuya a problemas como la gentrificación, la escasez de viviendas y la pérdida de identidad cultural, especialmente en destinos turísticos populares. El aumento de la demanda de alquileres a corto plazo en destinos populares puede provocar una disminución en la disponibilidad de viviendas a largo plazo para los locales.

Sostenibilidad y Responsabilidad: Aunque la economía colaborativa tiene el potencial de promover prácticas turísticas sostenibles, la regulación inadecuada y la gestión irresponsable pueden resultar en impactos negativos en el medio ambiente y en la sostenibilidad a largo plazo de los destinos turísticos.

La economía colaborativa ha transformado la industria del turismo, ofreciendo nuevas oportunidades para la personalización, la inclusión económica y el desarrollo local. Sin embargo, para maximizar estos beneficios y mitigar los desafíos asociados, es crucial un enfoque equilibrado que involucre la colaboración entre las plataformas de economía colaborativa, los actores tradicionales del turismo, las autoridades reguladoras y las comunidades locales.

La adopción de regulaciones justas y flexibles, junto con un compromiso con las prácticas sostenibles y responsables, serán clave para asegurar que la economía colaborativa continúe siendo una fuerza positiva en la evolución del sector turístico.

2.2. Plataformas de reserva y viajes compartidos

Las plataformas de reservas y viajes compartidos han revolucionado la forma en que viajamos y experimentamos el mundo. Estas plataformas en línea conectan a los usuarios directamente con los proveedores, ofreciendo una forma conveniente, asequible y, a menudo, personalizada de reservar alojamiento, transporte y otros servicios de viaje.

Plataformas de reservas

Las plataformas de reservas, también conocidas como agencias de viajes en línea (OTA), permiten a los usuarios buscar y reservar una variedad de necesidades de viaje en un solo lugar, que incluyen:

Alojamiento. Hoteles, moteles, alquileres vacacionales, hostales, casas de familia y estancias únicas.

Vuelos. Busque y compare vuelos de diferentes aerolíneas para encontrar las mejores ofertas.

Actividades y tours. Explora y reserva varios tours, atracciones y actividades en tu destino.

Alquiler de coches. Reserve un coche de alquiler para su viaje entre varias agencias.

Las plataformas de reserva populares incluyen:

Reserva.com; Expedia; Kayak; Línea de precios; Airbnb.

Beneficios de utilizar plataformas de reservas:

Obtener una mayor conveniencia: Busque, compare y reserve diversas necesidades de viaje en un solo lugar.

Selección más amplia: Acceda a una gama más amplia de opciones en comparación con proveedores individuales.

Precios competitivos: Compare precios y encuentre ofertas de diferentes proveedores.

Reseñas de usuarios: Lea reseñas de otros viajeros para tomar decisiones informadas.

Plataformas de viajes compartidos

Las plataformas de viajes compartidos conectan a los pasajeros con los conductores a través de una aplicación móvil. Los usuarios pueden solicitar un viaje, realizar un seguimiento de la llegada del conductor y pagar el viaje electrónicamente.

Las plataformas populares de viajes compartidos incluyen:

Uber, Lyft, Didi Chuxing, Ola.

Beneficios de utilizar plataformas de viajes compartidos:

Asequibilidad: A menudo es más barato que los taxis tradicionales, especialmente para distancias más cortas.

Conveniencia: Solicite un viaje a pedido desde su teléfono inteligente.

Transparencia: Vea la tarifa estimada por adelantado y rastree la ubicación del conductor.

Pagos sin efectivo: Pague los viajes electrónicamente a través de la aplicación.

Impacto de las plataformas de reservas y viajes compartidos:

Mayor competencia: Estas plataformas han fomentado la competencia en la industria de viajes, lo que ha generado precios más bajos y más opciones para los consumidores.

Accesibilidad mejorada: Hizo que los viajes sean más accesibles para las personas que tal vez no tengan acceso a un automóvil u otro medio de transporte.

Oportunidades económicas: Creó nuevas oportunidades económicas para personas que pueden trabajar como conductores o publicar sus propiedades en plataformas de alquiler.

Desafíos: Se han planteado preocupaciones sobre el impacto en las empresas tradicionales, como las compañías de taxis y los hoteles, así como sobre posibles problemas como la seguridad y las regulaciones de los conductores.

En general, las plataformas de reservas y viajes compartidos han transformado significativamente la industria de viajes, ofreciendo

mayor comodidad, asequibilidad y opciones para los viajeros. A medida que estas plataformas sigan evolucionando, será crucial abordar cualquier desafío potencial y garantizar un futuro sostenible y responsable para la industria.

- Innovaciones en alojamiento: hoteles inteligentes y hospedaje alternativos
- Turismo experiencial y economía de la experiencia.

2.3. Estudios de Caso sobre Nuevos Modelos de Negocio en el Turismo 5.0



Figura 8. Herrera-Chávez et al. (2024). *Nuevos Modelos de Negocio en el Turismo 5.0*. Creación propia.

1. Airbnb - Transformación del Alojamiento Turístico:

Airbnb ha revolucionado la industria del turismo al introducir un modelo de economía colaborativa que permite a los propietarios de viviendas alquilar sus espacios a viajeros. Este modelo ha democratizado el alojamiento, permitiendo a los huéspedes disfrutar de experiencias locales auténticas y a los anfitriones generar ingresos adicionales. Airbnb utiliza tecnologías avanzadas para facilitar la búsqueda y la reserva, asegurando la confianza y la seguridad tanto de huéspedes como de anfitriones, lo que ha contribuido significativamente a su expansión global (Airbnb, n.d.).

2. Uber - Redefinición del Transporte Turístico:

Uber ha cambiado la forma en que los turistas se mueven dentro de las ciudades introduciendo un modelo de negocio basado en la tecnología que conecta a conductores con usuarios a través de una aplicación móvil. Este sistema no solo proporciona una alternativa cómoda y económica al taxi tradicional, sino que también complementa el transporte público, permitiendo a los viajeros explorar destinos con mayor flexibilidad. La capacidad de Uber para adaptarse a las regulaciones locales y expandirse a nuevos mercados ha sido clave en su éxito (Uber, n.d.).

3. GetYourGuide - Innovación en Experiencias Turísticas:

GetYourGuide ha capitalizado el deseo de experiencias turísticas personalizadas y únicas al ofrecer una plataforma donde los usuarios pueden descubrir y reservar actividades en todo el mundo. Este modelo de negocio se centra en la personalización y la inmediatez, permitiendo a los viajeros optimizar sus itinerarios y disfrutar de experiencias que de otro modo podrían ser difíciles de organizar por cuenta propia. GetYourGuide colabora con proveedores locales para asegurar una oferta diversa y de calidad, lo que ha contribuido a su rápido crecimiento (GetYourGuide, n.d.).

4. Klook - Tecnología y Turismo Local:

Klook proporciona una plataforma tecnológica que conecta a los viajeros con actividades y servicios turísticos en sus destinos. Este modelo de negocio se basa en la agregación de ofertas locales, desde entradas para atracciones hasta excursiones únicas, facilitando el acceso a una variedad de experiencias turísticas. Klook utiliza análisis de datos avanzados para personalizar las recomendaciones, mejorando la experiencia del usuario y aumentando la satisfacción del cliente (Klook, n.d.).

5. Turo - Alquiler de Vehículos entre Particulares:

Turo ha innovado en el mercado del alquiler de vehículos al permitir que los propietarios de coches alquilen sus vehículos a otros particulares. Este modelo de negocio ha abierto nuevas oportunidades económicas para los propietarios y ofrece a los viajeros opciones más variadas y a menudo más económicas que las tradicionales empresas de alquiler de coches. Turo utiliza una plataforma tecnológica para facilitar las transacciones, asegurar los vehículos y proporcionar un sistema de calificaciones que garantiza la confianza entre los usuarios (Turo, n.d.).

Estos estudios de caso ilustran cómo los nuevos modelos de negocio, apalancados por tecnologías avanzadas y respondiendo a las demandas de los consumidores modernos, están transformando la industria del turismo globalmente.

2.4. Innovación Digital en Turismo

La introducción describe la importancia de la innovación digital en el contexto del Turismo 5.0. Enfatiza el cambio hacia una experiencia turística más conectada, personalizada y sostenible,

impulsada por los avances en la tecnología y las cambiantes expectativas de los viajeros.

La industria del turismo, uno de los sectores que evoluciona con mayor dinamismo en el siglo XXI, ha sido testigo de un cambio transformador con el advenimiento de la innovación digital. Este cambio no sólo ha remodelado la forma en que operan las empresas turísticas sino también la forma en que los turistas interactúan con los destinos y servicios. La introducción de tecnologías digitales tiene como objetivo mejorar la experiencia del cliente, optimizar las operaciones y adaptarse a los comportamientos cambiantes de los consumidores en un mundo cada vez más conectado.

Remontándose a finales del siglo XX, la digitalización del turismo comenzó con la introducción de sistemas de reserva por computadora (CRS) y sistemas de distribución global (GDS). Estas tecnologías revolucionaron los procesos de reserva y la distribución de información, sentando las bases para futuros avances digitales. Hoy en día, el panorama es muy diferente, con la innovación digital tocando todos los aspectos de la experiencia turística, desde la planificación y la reserva hasta la experiencia en el destino y el compromiso posterior al viaje.

La adopción generalizada de Internet y el aumento del uso de la tecnología móvil han sido fundamentales para impulsar la innovación digital en el turismo. Internet ha democratizado el acceso a la información, permitiendo a los viajeros buscar, comparar y reservar viajes con una facilidad sin precedentes. Mientras tanto, los teléfonos inteligentes y las aplicaciones móviles se han convertido en compañeros de viaje indispensables, ofreciendo multitud de servicios al alcance de los viajeros.

Las plataformas de redes sociales se han convertido en herramientas influyentes a la hora de dar forma a las decisiones y experiencias de viaje. Sirven como canales de inspiración, intercambio de información y prueba social a través de contenido, reseñas y recomendaciones generados por los usuarios. Las empresas turísticas utilizan las redes sociales para marketing, servicio al cliente y participación, aprovechando las amplias audiencias de las redes y las capacidades de interacción en tiempo real.

La innovación digital ha permitido un cambio hacia experiencias de viaje personalizadas, impulsadas por el análisis de datos y la inteligencia artificial (IA). Al analizar grandes cantidades de datos,

los proveedores turísticos pueden ofrecer recomendaciones personalizadas, marketing dirigido y servicios personalizados, satisfaciendo las preferencias individuales y mejorando la satisfacción del cliente.

Las tecnologías VR y AR ofrecen experiencias inmersivas que pueden simular experiencias de viaje, mejorar las visitas al sitio o ayudar en la planificación y la navegación. Estas tecnologías tienen el potencial de revolucionar el marketing de destinos y proporcionar formas innovadoras de explorar atracciones, alojamientos y culturas desde lejos o enriquecer la visita física.

Las plataformas digitales como Airbnb, Uber y TripAdvisor han remodelado el panorama turístico al facilitar la economía colaborativa y los servicios entre pares. Estas plataformas ofrecen experiencias de viaje únicas, localizadas y, a menudo, más sostenibles, junto con opciones tradicionales, ampliando las opciones disponibles para los viajeros.

Las tecnologías digitales desempeñan un papel crucial en la promoción de prácticas de turismo sostenible al optimizar el uso de recursos, reducir el impacto ambiental y apoyar a las comunidades

locales. Las plataformas digitales pueden facilitar opciones de viaje responsables, promover destinos fuera de lo común y distribuir la afluencia turística de manera más uniforme.

Si bien la innovación digital ofrece numerosas oportunidades para la industria del turismo, también presenta desafíos como preocupaciones sobre la privacidad de los datos, problemas de brecha digital y la necesidad de una adaptación continua a tecnologías en rápida evolución. Las empresas turísticas deben afrontar estos desafíos y al mismo tiempo aprovechar las innovaciones digitales para seguir siendo competitivas y relevantes.

De cara al futuro, el futuro de la innovación digital en el turismo está preparado para un mayor crecimiento, y se espera que tecnologías emergentes como blockchain, Internet de las cosas (IoT) y telecomunicaciones 5G introduzcan nuevas posibilidades para mejorar la seguridad, la conectividad y las experiencias del cliente.

A pesar del auge de las herramientas y tecnologías digitales, la importancia del toque humano en el turismo sigue siendo innegable. Las innovaciones digitales son más efectivas cuando

complementan las interacciones personales y el servicio centrado en el ser humano, asegurando que la tecnología mejore, en lugar de reemplazar, los elementos humanos de la hospitalidad y el servicio.

Las plataformas de comercio electrónico han influido significativamente en la forma en que se distribuyen y compran los productos y servicios de viajes. Ofrecen una experiencia de reserva fluida, eficiente y flexible, lo que permite a los viajeros personalizar sus viajes y acceder a ofertas y promociones especiales, además de democratizando aún más los viajes.

La transformación digital del turismo requiere una fuerza laboral equipada con habilidades digitales. Existe una creciente necesidad de aprendizaje y capacitación continuos en alfabetización digital, marketing digital, análisis de datos y gestión de tecnología entre los profesionales del turismo para seguir el ritmo de las innovaciones de la industria.

A medida que las empresas turísticas dependen cada vez más de las tecnologías digitales, no se puede subestimar la importancia de la ciberseguridad. Proteger los datos de los clientes y garantizar transacciones seguras son preocupaciones primordiales, que

requieren medidas de seguridad sólidas y una vigilancia constante contra las amenazas.

La innovación digital ha revolucionado el marketing de destinos, permitiendo que los destinos lleguen a audiencias globales a través de sitios web interactivos, campañas en las redes sociales y recorridos virtuales. Estas herramientas permiten contar historias y generar participación que pueden atraer turistas en mercados altamente competitivos.

Las tecnologías digitales nivelan el campo de juego para las PYME en el sector turístico, ofreciéndoles herramientas rentables para competir con actores más grandes. El marketing digital, las plataformas de reservas online y los sistemas de gestión de relaciones con los clientes (CRM) son herramientas accesibles que pueden mejorar la visibilidad y las operaciones.

La integración de diferentes tecnologías digitales crea una experiencia de viaje coherente y fluida. Desde aplicaciones móviles integradas que sirven como asistentes de viaje todo en uno hasta sistemas interconectados que agilizan las operaciones de

aeropuertos y hoteles, el objetivo es crear viajes sin fricciones para los viajeros.

Las políticas e iniciativas gubernamentales desempeñan un papel crucial en el fomento de un entorno propicio para la innovación digital en el turismo. Las inversiones en infraestructura digital, gobernanza de datos y marcos regulatorios de apoyo son esenciales para facilitar la innovación y garantizar beneficios equitativos.

Consideraciones éticas: a medida que avanza la innovación digital, las consideraciones éticas en torno a la privacidad, la equidad y el acceso se vuelven cada vez más importantes. Garantizar que los avances digitales beneficien a todas las partes interesadas, respeten la privacidad y contribuyan a un crecimiento justo e inclusivo es un desafío fundamental para la industria.

La innovación digital en el turismo ofrece oportunidades ilimitadas para mejorar la experiencia de viaje, mejorar la eficiencia de la industria y contribuir al turismo sostenible y responsable. A medida que la industria continúa evolucionando, adoptar la innovación digital y al mismo tiempo equilibrar el contacto humano, la seguridad y las consideraciones éticas será clave para lograr el éxito y la sostenibilidad en el futuro del turismo.

2.5. Personalización a través de Big Data e IA

El análisis de big data y la inteligencia artificial (IA) son fundamentales para comprender los comportamientos y preferencias de los viajeros. Analiza métodos para recopilar y analizar datos para adaptar mensajes y ofertas de marketing, mejorando el viaje del viajero desde la fase de planificación hasta la experiencia posterior al viaje.

La personalización de los servicios turísticos a través de Big Data e IA se ha vuelto cada vez más importante para mejorar la experiencia de viaje, como se detalla en varios resultados de investigaciones.



Figura 9. Herrera-Chávez et al. (2024). *Personalización a través de Big Data e IA*. Creación propia.

Aquí hay algunas ideas clave:

Las tecnologías de IA en la industria del turismo superan las capacidades de los motores de búsqueda tradicionales y los agentes humanos al analizar grandes volúmenes de datos para ofrecer experiencias personalizadas a los clientes, lo que supone una fuerte ventaja competitiva.

Los viajes personalizados y un enfoque individual hacia los turistas por parte de las empresas de viajes se identifican como una de las tendencias más importantes en la industria turística moderna, donde la IA permite la creación de experiencias personalizadas.

Se propone la integración de la minería de datos y la personalización en la gestión de viajes en línea para mejorar la experiencia turística, con tecnologías que permitan un turismo más inteligente mediante la aplicación de conceptos de Turismo Inteligente.

El desarrollo de un sistema inteligente de envío de información turística basado en plataformas en la nube aborda el procesamiento de datos masivos de información turística, ofreciendo servicios personalizados a través de un análisis integral de la información del usuario.

Los Destinos Turísticos Inteligentes mejoran las experiencias turísticas ofreciendo productos/servicios más personalizados,

basados en el análisis de Big Data para comprender las necesidades y preferencias únicas de cada visitante.

La integración de Big Data y la IA en la industria del turismo permite la prestación de servicios personalizados, mejorando la experiencia de viaje al comprender y atender las necesidades y preferencias únicas de cada turista. Esta personalización no sólo aumenta la satisfacción del cliente, sino que también ofrece una ventaja competitiva a las empresas del sector turístico.

2.6. Mejorar la interacción con AR y VR

La Realidad Aumentada (AR) y la Realidad Virtual (VR) están transformando la forma en que los turistas potenciales interactúan con los destinos antes de su visita. Esta parte del capítulo muestra estudios de casos exitosos en los que se han utilizado AR y VR para crear vistas previas convincentes de destinos, impulsando significativamente el compromiso y las intenciones de reserva.

Las tecnologías de Realidad Aumentada (AR) y Realidad Virtual (VR) tienen el potencial de transformar significativamente el marketing turístico al ofrecer experiencias inmersivas y atractivas a los viajeros potenciales incluso antes de emprender su viaje. Así es como la RA y la RV pueden mejorar el marketing turístico:

La realidad virtual se puede utilizar para crear recorridos virtuales de 360 grados de destinos, hoteles, lugares emblemáticos y atracciones, lo que permite a los turistas potenciales explorar y experimentar lugares desde la comodidad de sus hogares. Esta vista previa inmersiva puede aumentar el interés e influir en las decisiones de reserva.

Las aplicaciones AR pueden superponer información digital en el mundo físico, ofreciendo mapas interactivos, ayudas para la navegación e información sobre puntos de interés. Esto se puede utilizar en materiales de marketing para mostrar la conveniencia y la innovación que se ofrecen en el destino.

Con la RA, los materiales de marketing tradicionales, como folletos, mapas y carteles, se pueden transformar en experiencias interactivas. Escanear estos materiales con un teléfono inteligente puede revelar contenido inmersivo, como videos, animaciones y modelos 3D, lo que hace que los materiales promocionales sean más atractivos y memorables.

La realidad virtual se puede utilizar en ferias de viajes, exposiciones y agencias de viajes para brindar a los turistas potenciales una experiencia inmersiva de destinos o atracciones específicas. Esta experiencia práctica puede mejorar significativamente el compromiso y el interés en comparación con los métodos de marketing tradicionales.

Con la realidad virtual, los turistas potenciales pueden personalizar sus recorridos virtuales según sus intereses, ya sea explorar sitios históricos, maravillas naturales o paisajes urbanos. Esta personalización hace que la experiencia de marketing sea más relevante y atractiva para las preferencias individuales.

La AR puede proporcionar información personalizada y recomendaciones basadas en la ubicación y las preferencias del usuario. Por ejemplo, apuntar con un teléfono inteligente a un restaurante podría mostrar su menú, reseñas o incluso un recorrido virtual por su interior, lo que ayudaría en la toma de decisiones.

La narración de historias en realidad virtual puede evocar emociones y crear una fuerte conexión con el destino al sumergir al espectador en historias que resaltan la cultura, las personas y la

esencia del lugar. Este compromiso emocional puede ser una poderosa herramienta de marketing, haciendo que el destino sea más atractivo.

En el turismo la AR puede dar vida a sitios históricos y patrimonio cultural al superponer historias visuales y auditivas en el entorno del mundo real, enriqueciendo la experiencia del visitante y creando una conexión emocional más profunda con el lugar.

A su vez permite a las empresas turísticas ofrecer una vista previa de servicios, a través de presentaciones de ofertas innovadoras, utilizando AR y VR, mostrando servicios de conserjería virtual, visitas guiadas por AR o experiencias de realidad virtual disponibles en el sitio. Destacar estas ofertas tecnológicas avanzadas puede atraer a viajeros expertos en tecnología que buscan experiencias únicas.

2.7. Estudios de caso de personalización turística mediante Big Data e Inteligencia Artificial

A continuación, algunos de los casos exitosos de personalización turística mediante big data e inteligencia artificial:

1. Marriott International - Personalización de Experiencias de Hospedaje:

Marriott International ha implementado un sistema avanzado que combina Big Data e IA para personalizar las estancias de sus huéspedes a un nivel sin precedentes. Utilizando datos recopilados desde múltiples puntos de contacto, incluyendo reservaciones previas, preferencias de servicio y comportamientos en línea, Marriott ofrece a los huéspedes una experiencia única y a medida. Por ejemplo, a los huéspedes que prefieren habitaciones alejadas de los ascensores y con vistas específicas, se les asignan automáticamente habitaciones que cumplan con sus preferencias en futuras estancias. Además, el sistema sugiere actividades y servicios adicionales como spa o cenas en restaurantes del hotel que podrían interesar al huésped basándose en análisis predictivos de sus gustos y comportamientos anteriores (Marriott International, n.d.).

2. Disney's MagicBand - Innovación en Experiencia de Parques Temáticos:

Walt Disney World ha revolucionado la experiencia de visitante con su MagicBand, una pulsera todo-en-uno que emplea la IA y el Big Data para personalizar la visita al parque temático. Esta

tecnología no solo actúa como entrada al parque, llave de la habitación del hotel y medio de pago, sino que también recopila datos sobre las atracciones visitadas, los tiempos de espera y las preferencias de consumo. Disney utiliza estos datos para ajustar los horarios de las atracciones y los shows en vivo, minimizando las colas y mejorando la distribución de los visitantes en el parque. La MagicBand también permite a los personajes de Disney interactuar con los visitantes por su nombre, o celebrar eventos especiales como cumpleaños, mejorando significativamente la experiencia personalizada (Disney, n.d.).

3. Expedia - Optimización de Ofertas de Viaje:

Expedia utiliza técnicas avanzadas de IA y análisis de Big Data para ofrecer recomendaciones personalizadas que se adaptan a las preferencias individuales de sus clientes. La plataforma analiza datos históricos de reservas y preferencias de búsqueda para ofrecer paquetes de viajes a medida, que incluyen vuelos, hoteles y actividades. Además, Expedia ha desarrollado un sistema de alertas que avisa a los usuarios cuando los precios de los vuelos a destinos de su interés bajan, basándose en patrones de búsqueda y compra previos. Esta personalización no solo aumenta la satisfacción del cliente, sino que también impulsa la conversión de ventas y la lealtad de marca (Expedia, n.d.).

4. Hopper - Predicción de Precios y Personalización de Ofertas:

Hopper emplea algoritmos de aprendizaje automático para analizar millones de precios de vuelos y predecir tendencias futuras con un alto grado de precisión. La aplicación proporciona a los usuarios recomendaciones personalizadas sobre el mejor momento para comprar sus billetes, basándose en análisis predictivos y patrones de comportamiento previo. Además, Hopper personaliza las notificaciones de ofertas ajustándose a las preferencias de destino, presupuesto y fechas de viaje de cada usuario. Esto no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también optimiza las posibilidades de compra al presentar la información más relevante y oportuna (Hopper, n.d.).

Estos estudios de caso ilustran la aplicación efectiva de tecnologías avanzadas en la personalización de servicios turísticos, demostrando cómo Big Data e IA pueden ser utilizadas para mejorar significativamente la experiencia del cliente y optimizar las operaciones de negocio en el sector turístico.

Estas tecnologías ayudan a desarrollar un marketing sostenible y accesible, reduciendo la huella física, al ofrecer experiencias virtuales, los destinos pueden reducir la necesidad de materiales

promocionales físicos, contribuyendo a la sostenibilidad. Además, la realidad virtual permite a las personas que no pueden viajar debido a limitaciones financieras, de salud o de otro tipo experimentar lugares virtualmente, lo que hace que el turismo sea más accesible.

Las tecnologías AR y VR ofrecen a los especialistas en marketing turístico una gran cantidad de herramientas para crear campañas de marketing atractivas, inmersivas y personalizadas. Al aprovechar eficazmente estas tecnologías, los destinos y las empresas pueden destacarse en un mercado competitivo, atrayendo a más visitantes y mejorando su experiencia de viaje en general.

2.8. Estrategias 5.0 para negocios relacionados con actividades turísticas

En el contexto actual del turismo, la adopción de tecnologías avanzadas es crucial para mejorar la competitividad y sostenibilidad del sector. Estrategias ofensivas, defensivas, adaptativas y de supervivencia aplicadas a diversas actividades turísticas, desde el alojamiento y la alimentación hasta el transporte y la organización de eventos. Focalizadas en la implementación y

utilización de tecnologías de Turismo 5.0, estas estrategias buscan optimizar la eficiencia operativa, mejorar la experiencia del cliente, y garantizar la seguridad y adaptabilidad del sector en un entorno dinámico y en constante evolución.



Figura 10. Herrera-Chávez et al. (2024). *Estrategias 5.0 para negocios relacionados con actividades turísticas*. Creación propia.

A través de la integración de inteligencia artificial, realidad virtual, Internet de las Cosas y otras innovaciones tecnológicas, las empresas turísticas pueden responder de manera proactiva a los desafíos actuales y futuros, asegurando su resiliencia y éxito a largo plazo.

2.8.1. Estrategias 5.0 para empresas de Alojamiento

En el competitivo sector del turismo y la hospitalidad, la adopción de tecnologías avanzadas es crucial para ofrecer experiencias excepcionales y mantener la competitividad. Este documento presenta estrategias tecnológicas clasificadas en cuatro categorías: ofensivas, defensivas, adaptativas y de supervivencia. Las estrategias ofensivas utilizan tecnologías emergentes como la inteligencia artificial, la realidad virtual y el análisis de big data para personalizar la experiencia del huésped y atraer a más clientes (Chen et al., 2021; Tussyadiah et al., 2018).

Las estrategias defensivas se centran en la protección de datos y la seguridad de los huéspedes mediante tecnologías de ciberseguridad y sistemas de respaldo (Tsai et al., 2020; Buhalis & Leung, 2018). Las estrategias adaptativas incorporan tecnologías IoT para gestionar eficientemente la energía y la climatización, y ofrecen servicios personalizados basados en las preferencias de los huéspedes (Khan et al., 2021; Kim et al., 2019). Por último, las estrategias de supervivencia buscan optimizar los costos operativos y diversificar las fuentes de ingresos mediante la automatización de procesos y la oferta de servicios adicionales (Pizam et al., 2021; Sigala, 2020).

Estas estrategias permiten a las empresas del sector del alojamiento mejorar su eficiencia operativa, la experiencia del cliente y su adaptabilidad en un entorno dinámico.

2.8.1.1. Estrategias Ofensivas

Implementar sistemas de inteligencia artificial para personalizar la experiencia del huésped, anticipando sus necesidades y preferencias mediante el análisis de datos previos (Chen et al., 2021).

Automatizar procesos de check-in y check-out mediante quioscos y aplicaciones móviles para agilizar el flujo de huéspedes (Gretzel et al., 2020).

Ofrecer experiencias de realidad virtual de las habitaciones y servicios del hotel antes de la reserva para atraer a más clientes (Tussyadiah et al., 2018).

Integrar programas de fidelización personalizados utilizando análisis de big data para aumentar la retención de clientes (Huang & Rust, 2021).

2.8.1.2. Estrategias Defensivas

Fortalecer la ciberseguridad para proteger los datos personales y financieros de los clientes mediante tecnologías avanzadas (Tsai et al., 2020).

Implementar sistemas de respaldo y recuperación de datos para asegurar la continuidad del negocio en caso de fallos técnicos (Smith et al., 2019).

Establecer protocolos de sanitización automatizados utilizando dispositivos IoT para garantizar la seguridad y salud de los huéspedes (Buhalis & Leung, 2018).

Monitorizar y evaluar continuamente las opiniones en línea mediante herramientas de reputación para mejorar los servicios y resolver problemas rápidamente (Zhou et al., 2020).

2.8.1.3. Estrategias Adaptativas

Adoptar tecnologías IoT para gestionar de manera eficiente la energía y la climatización en las habitaciones (Khan et al., 2021).

Implementar menús y servicios personalizados en las habitaciones a través de aplicaciones móviles basadas en las preferencias del huésped (Kim et al., 2019).

Ofrecer opciones flexibles de alojamiento como estadías de corto y largo plazo adaptadas a las necesidades cambiantes del mercado (Cohen & Hopkins, 2020).

Adaptar los servicios y comodidades del hotel basándose en los datos y comentarios de los huéspedes para mejorar continuamente (Li et al., 2019).

2.8.1.4. Estrategias de Supervivencia

Optimizar los costos operativos mediante la automatización de procesos y la implementación de soluciones de eficiencia energética (Pizam et al., 2021).

Diversificar las fuentes de ingresos ofreciendo servicios adicionales como espacios de co-working y paquetes de bienestar (Sigala, 2020).

Mantener políticas de precios competitivas y flexibles para atraer a diferentes segmentos de mercado durante épocas de baja demanda (Bowie et al., 2020).

Crear alianzas estratégicas con plataformas de reservas en línea y agencias de viajes para aumentar la visibilidad y atraer más reservas (Law et al., 2020).

2.8.2. Estrategias 5.0 para empresas de alimentos, bebidas y entretenimiento

En el sector de alimentos, bebidas y entretenimiento, la integración de tecnologías avanzadas es fundamental para mejorar la experiencia del cliente y optimizar las operaciones. Este documento detalla estrategias tecnológicas clasificadas en cuatro categorías: ofensivas, defensivas, adaptativas y de supervivencia. Las estrategias ofensivas se enfocan en atraer y retener clientes mediante la incorporación de realidad aumentada y virtual en menús y entretenimiento, y el uso de big data para personalizar campañas de marketing (Bec et al., 2021; Lai et al., 2020). También se desarrollan aplicaciones móviles para facilitar pedidos y reservas, y programas de fidelización basados en blockchain (Xu et al., 2019; Casino et al., 2020).

Las estrategias defensivas se centran en proteger las transacciones y los datos de los clientes mediante sistemas de pago seguros y tecnologías de monitoreo de la calidad de los alimentos (Nakamura et al., 2019; Yang et al., 2020). Se establecen protocolos automatizados de seguridad y salud alimentaria para cumplir con las normativas (Gössling et al., 2021). Las estrategias adaptativas adoptan menús digitales interactivos y tecnologías para gestionar eficientemente el inventario, ofreciendo entretenimiento en línea y

servicios personalizados que se ajustan a las preferencias de los clientes (Batat, 2020; Derqui & Fernández, 2019). La retroalimentación en tiempo real se utiliza para mejorar continuamente el servicio (Vásquez et al., 2019). Las estrategias de supervivencia optimizan la gestión de inventarios mediante inteligencia artificial y diversifican los servicios ofrecidos, incluyendo opciones de entrega y take-away (Ivanov et al., 2020; Hjalager, 2021). Se mantiene una política de precios flexible y se crean alianzas estratégicas con proveedores locales para garantizar productos frescos y de alta calidad (Dolnicar & Ring, 2020; Sarmiento & Elorza, 2020).

Estas estrategias permiten a las empresas del sector adaptarse a las demandas cambiantes del mercado, mejorar la eficiencia operativa y ofrecer una experiencia superior al cliente.

2.8.2.1. Estrategias Ofensivas

Introducir experiencias de realidad aumentada (AR) y realidad virtual (VR) en menús y entretenimiento para atraer a los clientes (Bec et al., 2021).

Utilizar análisis de big data para personalizar las campañas de marketing y ofertas promocionales dirigidas a diferentes segmentos de mercado (Lai et al., 2020).

Desarrollar aplicaciones móviles que permitan a los clientes realizar pedidos y reservas desde sus dispositivos móviles (Xu et al., 2019).

Ofrecer programas de fidelización basados en blockchain para recompensar a los clientes frecuentes con mayor transparencia y seguridad (Casino et al., 2020).

2.8.2.2. Estrategias Defensivas

Implementar sistemas de pago sin contacto con alta seguridad para proteger las transacciones de los clientes (Nakamura et al., 2019).

Utilizar sensores y tecnologías de monitoreo para asegurar la calidad y frescura de los alimentos y bebidas (Yang et al., 2020).

Establecer protocolos de seguridad y salud alimentaria automatizados para cumplir con las normativas y proteger a los clientes (Gössling et al., 2021).

Proteger los datos personales y de pago de los clientes mediante el uso de cifrado y otras medidas de ciberseguridad (Zhao et al., 2020).

2.8.2.3. Estrategias Adaptativas

Adoptar menús digitales interactivos que se adapten a las preferencias dietéticas y restricciones alimentarias de los clientes (Batat, 2020).

Utilizar tecnología para gestionar de manera eficiente el inventario y reducir el desperdicio de alimentos (Derqui & Fernández, 2019).

Ofrecer opciones de entretenimiento en línea y a domicilio para adaptarse a las necesidades cambiantes de los clientes (Kim et al., 2020).

Fomentar la retroalimentación de los clientes en tiempo real mediante aplicaciones móviles para mejorar continuamente el servicio (Vásquez et al., 2019).

2.8.2.4. Estrategias de Supervivencia

Optimizar la gestión de inventarios mediante el uso de tecnologías basadas en IA para reducir costos y desperdicios (Ivanov et al., 2020).

Diversificar los servicios ofrecidos, incluyendo opciones de entrega y take-away adaptadas a las circunstancias cambiantes del mercado (Hjalager, 2021).

Mantener una política de precios flexible para atraer a diferentes segmentos de clientes durante épocas de baja demanda (Dolnicar & Ring, 2020).

Crear alianzas estratégicas con proveedores locales para garantizar la disponibilidad de productos frescos y de alta calidad (Sarmiento & Elorza, 2020).

2.8.3. Estrategias 5.0 para empresas de agenciamiento turístico

En el sector del agenciamiento turístico, la implementación de tecnologías avanzadas es clave para mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente. Este documento describe estrategias tecnológicas divididas en cuatro categorías: ofensivas, defensivas, adaptativas y de supervivencia.

Las estrategias ofensivas incluyen el uso de chatbots y asistentes virtuales para asistencia inmediata, tours virtuales para atraer a más clientes, análisis de datos para personalizar recomendaciones y campañas de marketing digital segmentadas (Tussyadiah & Miller, 2019; Guttentag, 2021; Jiang & Wen, 2020; Huang et al., 2020). Las estrategias defensivas se enfocan en la protección de datos personales mediante tecnologías avanzadas, monitoreo de reputación online, protocolos de seguridad para transacciones y seguros de viaje con políticas de cancelación flexibles (Yang et al., 2020; Filieri et al., 2021; Buhalis et al., 2020; Fong et al., 2021).

Las estrategias adaptativas integran sistemas de reservas inteligentes basados en IA, alianzas estratégicas con empresas tecnológicas, adaptación continua de servicios basados en datos y retroalimentación en tiempo real (Gretzel et al., 2020; Sigala, 2020; Moro et al., 2020; Liu et al., 2020). Las estrategias de supervivencia diversifican la oferta de servicios, implementan políticas de cancelación flexibles, optimizan costos operativos mediante automatización y crean alianzas con plataformas de reservas en línea (Williams & Lew, 2020; Gössling et al., 2021; Ivanov et al., 2020; Law et al., 2020).

Estas estrategias permiten a las agencias de turismo adaptarse a las demandas del mercado, mejorar la experiencia del cliente y garantizar su resiliencia en un entorno dinámico.

2.8.3.1. Estrategias Ofensivas

Implementar chatbots y asistentes virtuales para proporcionar asistencia inmediata y gestionar consultas comunes de los clientes (Tussyadiah & Miller, 2019).

Ofrecer tours virtuales y experiencias previas al viaje utilizando realidad virtual para atraer a más clientes (Guttentag, 2021).

Utilizar análisis de datos para personalizar las recomendaciones de destinos y actividades basadas en las preferencias del cliente (Jiang & Wen, 2020).

Desarrollar campañas de marketing digital altamente segmentadas y personalizadas para atraer a nuevos clientes (Huang et al., 2020).

2.8.3.2. Estrategias Defensivas

Implementar políticas robustas y tecnologías avanzadas para la protección de datos personales de los clientes (Yang et al., 2020).

Utilizar herramientas de monitoreo de reputación online para gestionar y responder a las opiniones de los clientes de manera proactiva (Filieri et al., 2021).

Establecer protocolos de seguridad para proteger la información sensible de los clientes y garantizar transacciones seguras (Buhalis et al., 2020).

Ofrecer seguros de viaje y políticas de cancelación flexibles para proteger a los clientes en caso de imprevistos (Fong et al., 2021).

2.8.3.3. Estrategias Adaptativas

Integrar sistemas de reservas inteligentes que utilicen IA para recomendar destinos y actividades según las preferencias del cliente (Gretzel et al., 2020).

Formar alianzas estratégicas con otras empresas tecnológicas para ofrecer paquetes turísticos más atractivos (Sigala, 2020).

Adaptar los servicios y productos turísticos basándose en el análisis continuo de los datos y comentarios de los clientes (Moro et al., 2020).

Utilizar plataformas de retroalimentación en tiempo real para recoger y analizar las opiniones de los clientes y mejorar los servicios (Liu et al., 2020).

2.8.3.4. Estrategias de Supervivencia

Diversificar la oferta de servicios para incluir experiencias locales, culturales y de aventura (Williams & Lew, 2020).

Implementar políticas de cancelación flexibles para adaptarse a las incertidumbres del mercado y aumentar la confianza del cliente (Gössling et al., 2021).

Optimizar los costos operativos mediante la automatización de procesos y la adopción de tecnologías eficientes (Ivanov et al., 2020).

Crear alianzas con plataformas de reservas en línea y agencias de viajes para aumentar la visibilidad y atraer más clientes (Law et al., 2020).

2.8.4. Estrategias 5.0 para empresas de transporte turístico

En el ámbito del transporte turístico, la adopción de tecnologías avanzadas es fundamental para mejorar la eficiencia, seguridad y sostenibilidad. Este documento detalla una serie de estrategias tecnológicas divididas en cuatro categorías: ofensivas, defensivas, adaptativas y de supervivencia.

Las estrategias ofensivas se centran en la investigación e implementación de vehículos autónomos para el transporte de turistas, el desarrollo de aplicaciones móviles para la planificación y reserva de servicios de transporte, la oferta de servicios premium con vehículos eléctricos o híbridos, y el uso de análisis de big data para optimizar rutas y horarios (Fagnant & Kockelman, 2018; Loo & Wang, 2018; Hardman, 2019; Chen et al., 2021). Las estrategias defensivas están orientadas a la mejora de la seguridad mediante tecnologías de mantenimiento predictivo, sistemas de navegación avanzados para evitar congestiones, monitoreo en tiempo real de los vehículos, y el fortalecimiento de medidas de ciberseguridad para proteger los datos personales y financieros de los usuarios (Wagner & Walton, 2019; Yang et al., 2020; Zhu et al., 2019; Taeihagh & Lim, 2019).

Las estrategias adaptativas incluyen la adopción de vehículos eléctricos o híbridos para reducir la huella de carbono, la oferta de servicios de transporte compartido, el uso de tecnologías IoT para gestionar el mantenimiento de la flota, y la promoción de la retroalimentación de los usuarios mediante aplicaciones móviles (Hao et al., 2020; Shaheen & Cohen, 2019; Perera et al., 2020; Chen et al., 2020). Y las estrategias de supervivencia buscan optimizar rutas y reducir costos operativos mediante tecnologías avanzadas,

diversificar los servicios de transporte, mantener políticas de precios competitivas y flexibles, y establecer alianzas estratégicas con plataformas de reservas y agencias de viajes para aumentar la visibilidad y atraer más clientes (Bimpas et al., 2020; Davies et al., 2020; Gutiérrez et al., 2020; Chen et al., 2021).

Estas estrategias permiten a las empresas de transporte turístico adaptarse a las demandas cambiantes del mercado, mejorar la experiencia del cliente y asegurar la resiliencia en un entorno competitivo y dinámico.

2.8.4.1. Estrategias Ofensivas

Investigar y comenzar a implementar vehículos autónomos para el transporte de turistas, mejorando la eficiencia y seguridad (Fagnant & Kockelman, 2018).

Desarrollar aplicaciones móviles que faciliten la planificación y reserva de transporte turístico, ofreciendo recomendaciones personalizadas (Loo & Wang, 2018).

Ofrecer servicios de transporte premium utilizando vehículos eléctricos o híbridos para atraer a un segmento de mercado más consciente del medio ambiente (Hardman, 2019).

Utilizar análisis de big data para optimizar las rutas y horarios de transporte, mejorando la experiencia del cliente y reduciendo costos operativos (Chen et al., 2021).

2.8.4.2. Estrategias Defensivas

Implementar tecnologías de mantenimiento predictivo para reducir fallos y mejorar la seguridad de los vehículos (Wagner & Walton, 2019).

Establecer sistemas de navegación avanzados que eviten congestiones y mejoren la eficiencia del transporte (Yang et al., 2020).

Utilizar sistemas de monitoreo en tiempo real para supervisar la ubicación y estado de los vehículos, mejorando la seguridad y el servicio (Zhu et al., 2019).

Fortalecer las medidas de ciberseguridad para proteger los datos personales y financieros de los usuarios de transporte (Taeihagh & Lim, 2019).

2.8.4.3. Estrategias Adaptativas

Adoptar vehículos eléctricos o híbridos para reducir la huella de carbono y adaptarse a las tendencias sostenibles del mercado (Hao et al., 2020).

Ofrecer servicios de transporte compartido y opciones personalizadas según la demanda del mercado (Shaheen & Cohen, 2019).

Utilizar tecnologías IoT para gestionar de manera eficiente el mantenimiento y operación de la flota de vehículos (Perera et al., 2020).

Fomentar la retroalimentación de los usuarios mediante aplicaciones móviles para mejorar continuamente el servicio (Chen et al., 2020).

2.8.4.4. Estrategias de Supervivencia

Optimizar las rutas y reducir los costos operativos mediante el uso de tecnologías avanzadas de gestión de transporte (Bimpas et al., 2020).

Diversificar los servicios de transporte turístico, incluyendo opciones de alquiler de vehículos y tours personalizados (Davies et al., 2020).

Mantener una política de precios competitiva y flexible para atraer a diferentes segmentos de mercado durante épocas de baja demanda (Gutiérrez et al., 2020).

Crear alianzas estratégicas con plataformas de reservas y agencias de viajes para aumentar la visibilidad y atraer más clientes (Chen et al., 2021).

2.8.5. Estrategias para empresas de organización de eventos

En el dinámico sector de la organización de eventos, la implementación de tecnologías avanzadas es esencial para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia de los asistentes. Este documento detalla estrategias ofensivas, defensivas, adaptativas y de supervivencia para empresas de organización de eventos.



Figura 11. Herrera-Chávez et al. (2024). *Estrategias para empresas de organización de eventos*. Creación propia.

Las estrategias ofensivas incluyen el uso de plataformas virtuales y híbridas, la automatización de la gestión de eventos, el análisis de datos para personalizar experiencias y campañas de marketing digital segmentadas (Tussyadiah & Miller, 2019; Gretzel et al., 2020; Huang et al., 2020; Chen et al., 2021). Las estrategias defensivas se enfocan en la implementación de medidas de ciberseguridad, protocolos de seguridad y salud, sistemas de respaldo y recuperación de datos, y monitoreo de reputación en línea (Yang et al., 2020; Gössling et al., 2021; Smith et al., 2019; Filieri et al., 2021).

Las estrategias adaptativas promueven la retroalimentación en tiempo real, la personalización de eventos, la integración de servicios de streaming y la formación de colaboraciones estratégicas (Liu et al., 2020; Sigala, 2020; Gretzel et al., 2020). Y las estrategias de supervivencia buscan optimizar costos operativos, diversificar fuentes de ingresos, implementar políticas de cancelación flexibles y crear alianzas estratégicas (Pizam et al., 2021; Hjalager, 2021; Gössling et al., 2021; Law et al., 2020).

Estas estrategias permiten a las empresas de organización de eventos adaptarse a las demandas cambiantes del mercado, mejorar

la experiencia del cliente y asegurar su resiliencia en un entorno competitivo.

2.8.5.1 Estrategias Ofensivas

Implementar Plataformas Virtuales y Híbridas: Utilizar tecnologías de realidad virtual (VR) y aumentada (AR) para crear experiencias inmersivas durante eventos, atrayendo a una audiencia global y permitiendo la participación tanto presencial como virtual (Tussyadiah & Miller, 2019).

Automatización de Gestión de Eventos: Utilizar software de gestión de eventos para automatizar tareas administrativas como el registro de asistentes, la programación de sesiones y la coordinación de proveedores, mejorando la eficiencia y reduciendo errores (Gretzel et al., 2020).

Análisis de Datos para Personalización: Utilizar big data y análisis predictivo para personalizar las experiencias de los asistentes, ofreciendo contenido y actividades que se alineen con sus intereses y comportamientos previos (Huang et al., 2020).

Campañas de Marketing Digital Segmentadas: Desarrollar campañas de marketing digital altamente segmentadas y personalizadas para atraer a diferentes grupos demográficos y maximizar la participación en los eventos (Chen et al., 2021).

2.8.5.2. Estrategias Defensivas

Ciberseguridad: Implementar medidas robustas de ciberseguridad para proteger la información personal y financiera de los asistentes y evitar brechas de datos durante la inscripción y el evento (Yang et al., 2020).

Protocolos de Seguridad y Salud: Establecer y mantener estrictos protocolos de seguridad y salud, incluyendo medidas de distanciamiento social y sanitización automatizada, para asegurar la seguridad de todos los participantes (Gössling et al., 2021).

Sistemas de Respaldo y Recuperación de Datos: Implementar sistemas de respaldo y recuperación de datos para asegurar la continuidad del negocio en caso de fallos técnicos o ciberataques (Smith et al., 2019).

Monitoreo de Reputación en Línea: Utilizar herramientas de monitoreo de reputación en línea para gestionar y responder a las opiniones y comentarios de los asistentes, mejorando la percepción pública de la empresa (Fileri et al., 2021).

2.8.5.3. Estrategias Adaptativas

Feedback en Tiempo Real: Utilizar tecnologías de retroalimentación en tiempo real para recoger y analizar las opiniones de los asistentes durante el evento, permitiendo ajustes inmediatos y mejoras en el servicio (Liu et al., 2020).

Eventos Personalizados: Adaptar la oferta de servicios y contenidos del evento basándose en los datos y comentarios de los asistentes, personalizando las experiencias según las preferencias individuales (Sigala, 2020).

Integración de Servicios de Streaming: Ofrecer servicios de streaming en vivo y on-demand para llegar a una audiencia más

amplia y adaptarse a las preferencias de consumo de contenido digital (Gretzel et al., 2020).

Colaboraciones Estratégicas: Formar alianzas con proveedores tecnológicos y otros socios estratégicos para ofrecer soluciones innovadoras y mejorar la experiencia del evento (Sigala, 2020).

2.8.5.4. Estrategias de Supervivencia

Optimización de Costos Operativos: Utilizar tecnologías de automatización y eficiencia energética para reducir costos operativos y maximizar los márgenes de beneficio (Pizam et al., 2021).

Diversificación de Fuentes de Ingresos: Explorar nuevas fuentes de ingresos como la venta de entradas virtuales, patrocinios en línea y merchandising digital para aumentar la resiliencia financiera (Hjalager, 2021).

Políticas de Cancelación Flexibles: Implementar políticas de cancelación flexibles para adaptarse a las incertidumbres del mercado y aumentar la confianza de los asistentes (Gössling et al., 2021).

Alianzas Estratégicas: Crear alianzas con plataformas de reservas y agencias de viajes para aumentar la visibilidad del evento y atraer a más participantes (Law et al., 2020).

CAPÍTULO 3.

3. Marketing Digital y Compromiso con la Sostenibilidad

En la era del Turismo 5.0, el marketing digital y el compromiso con la sostenibilidad han emergido como pilares fundamentales en la promoción y gestión de destinos turísticos. Este capítulo explora cómo las estrategias de marketing y la sostenibilidad se integran para responder a las expectativas de los viajeros modernos, quienes buscan experiencias inmersivas, auténticas y respetuosas con el medio ambiente.

El marketing digital en el Turismo 5.0 se caracteriza por el uso de tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial, el análisis de big data, la realidad virtual y aumentada (VR/AR) y el Internet de las Cosas (IoT). Estas herramientas permiten a los proveedores turísticos ofrecer experiencias personalizadas y optimizadas, ajustadas a las preferencias y comportamientos de los viajeros. Este enfoque va más allá de la promoción tradicional, enfatizando la creación de conexiones significativas a través de narrativas y

contenidos interactivos que resaltan la singularidad de las experiencias turísticas.

Las redes sociales y el marketing de influencers juegan un papel crucial en la promoción turística actual. Estas plataformas permiten a las organizaciones de marketing de destinos llegar a audiencias globales, generar confianza e inspirar decisiones de viaje mediante la autenticidad y las experiencias personales compartidas por los influencers. El impacto de las redes sociales en las decisiones de viaje es significativo, desde la inspiración inicial hasta la elección final del destino y la experiencia post-viaje.

El compromiso con la sostenibilidad es un componente esencial del marketing en el Turismo 5.0. Las estrategias de marketing deben reflejar un compromiso genuino con la conservación ambiental, la responsabilidad social y la preservación cultural. Los viajeros modernos valoran las opciones de viaje éticas y sostenibles, y las marcas que destacan sus esfuerzos en estas áreas pueden atraer a un público más consciente y exigente. La promoción de prácticas sostenibles no solo mejora la imagen de marca, sino que también contribuye al desarrollo responsable de la industria turística.

El marketing móvil ha cobrado relevancia en un mundo donde los dispositivos móviles son omnipresentes. Las estrategias optimizadas para móviles, incluyendo aplicaciones y marketing por SMS, garantizan una comunicación eficaz y fluida con los turistas potenciales. Este enfoque permite ofrecer información en tiempo real y personalizar la experiencia del usuario, mejorando su satisfacción y engagement.

El marketing experiencial se enfoca en vender historias y emociones en lugar de simplemente promover destinos. Esta estrategia crea conexiones emocionales profundas con los turistas a través de narrativas inmersivas y experiencias únicas, influenciando positivamente su comportamiento y percepción del destino.

Las tendencias emergentes en la promoción turística bajo el marco del Turismo 5.0 incluyen la personalización de las experiencias mediante el análisis de datos, la utilización de tecnologías inmersivas como la VR y AR, y la promoción de prácticas sostenibles. Estas tendencias reflejan un enfoque integral que busca mejorar la calidad de las experiencias turísticas, fomentar la sostenibilidad y satisfacer las demandas de los viajeros modernos.

En resumen, el marketing digital y el compromiso con la sostenibilidad en el Turismo 5.0 representan una evolución significativa en la manera de promover y gestionar destinos turísticos. Integrando tecnologías avanzadas, personalización y prácticas responsables, los especialistas en marketing pueden crear experiencias de viaje memorables y sostenibles, asegurando un futuro próspero para la industria turística.

3.1. Marketing y promoción en el Turismo 5.0

El marketing y la promoción en Turismo 5.0 representan un enfoque transformador de cómo se presentan los destinos, las experiencias y los servicios a los viajeros potenciales en una era dominada por tecnologías digitales avanzadas, experiencias personalizadas y prácticas sostenibles. Este nuevo paradigma reconoce las expectativas cambiantes de los turistas modernos que buscan experiencias inmersivas, auténticas y ambientalmente conscientes, facilitadas por las últimas innovaciones en tecnología.

El turismo 5.0 aprovecha tecnologías de vanguardia como la inteligencia artificial (IA), el análisis de big data, la realidad virtual y aumentada (VR/AR) y el Internet de las cosas (IoT) para crear una experiencia más atractiva, personalizada y fluida para los viajeros. .

Estas tecnologías permiten a los proveedores de turismo analizar grandes cantidades de datos para comprender mejor las preferencias de los viajeros, optimizar las operaciones y crear campañas de marketing altamente personalizadas.

El enfoque del Marketing y Promoción en Turismo 5.0 va más allá de los métodos publicitarios tradicionales. Enfatiza la creación de conexiones significativas con turistas potenciales a través de narraciones, marketing de contenidos y plataformas interactivas que ofrecen una visión de las experiencias únicas que les esperan. Las plataformas de redes sociales, las asociaciones de personas influyentes y el contenido generado por los usuarios desempeñan un papel crucial a la hora de generar confianza e inspirar decisiones de viaje.

Además, Turismo 5.0 pone un énfasis significativo en la sostenibilidad y los viajes responsables. Las estrategias de marketing en este contexto no sólo resaltan la belleza y singularidad de los destinos sino también sus esfuerzos en conservación, preservación cultural y desarrollo comunitario. Este cambio refleja la creciente demanda entre los viajeros de opciones de viaje más éticas y sostenibles.

El Marketing y la Promoción en Turismo 5.0 consiste en abrazar la revolución digital y los valores cambiantes de los viajeros para ofrecer no sólo un destino sino una experiencia de viaje integral, memorable y responsable. Al integrar tecnologías avanzadas, experiencias personalizadas y prácticas sostenibles, los especialistas en marketing turístico pueden atraer a los viajeros modernos de una manera más eficaz e impactante.

En el panorama cambiante del Turismo 5.0, la innovación digital emerge como un elemento crítico en la elaboración de estrategias efectivas de marketing y promoción. Es importante profundizar en el poder transformador de las tecnologías digitales y cómo se pueden aprovechar para ofrecer experiencias de viaje personalizadas, inmersivas y sostenibles, sentando las bases para una ventaja competitiva en la industria del turismo.

3.2. El papel de las redes sociales y el marketing de influencers

Las redes sociales y el marketing de influencers desempeñan un papel fundamental en la configuración de la industria del turismo,

influyendo en el comportamiento de los viajeros, las elecciones de destinos y las experiencias de viaje en general.

Dado el predominio de las redes sociales en la vida de los consumidores, esta sección destaca la importancia de aprovechar estas plataformas para un marketing eficaz. Cubre estrategias de marketing de contenidos, interacción con el público a través de la narración de historias y asociación con personas influyentes para ampliar el alcance y la credibilidad.

Así es como contribuyen al turismo:

Las redes sociales como herramienta de marketing y comunicación son cruciales para que las organizaciones de marketing de destinos (OGD) lleguen a audiencias globales con recursos limitados. El uso estratégico de las redes sociales permite a las DMO interactuar directamente con los visitantes, monitorear sus opiniones y adaptar sus estrategias de marketing en consecuencia.

El marketing de influencers en turismo, pueden tener un impacto significativo en los destinos turísticos mostrándolos a sus seguidores, influyendo así en las tendencias de viaje y la popularidad del destino. La autenticidad y las experiencias

personales compartidas por los influencers ayudan a crear una imagen confiable del destino, atrayendo a más turistas.

Se ha descubierto que la confianza en los influencers de las redes sociales (SMI) afecta positivamente cada fase del proceso de toma de decisiones de viaje, desde el interés inicial hasta la decisión final de viajar. Los influencers contribuyen en la fase de búsqueda de información, evaluación de alternativas, decisión de compra y satisfacción post-compra e intercambio de experiencias. El estudio enfatiza la aportación continua de las SMI a lo largo del proceso de decisión del consumidor, lo que sugiere que los especialistas en marketing turístico aprovechan las SMI para estimular el deseo de viajar y guiar a los consumidores en su viaje.

Las redes sociales influyen significativamente en las opciones de viaje al servir como fuente principal de información para los viajeros. Plataformas como Facebook, Twitter e Instagram dirigen a los viajeros a contenido generado por el usuario, lo que influye en su destino y en las decisiones relacionadas con los viajes.

El contenido de las redes sociales afecta las expectativas de los turistas sobre los destinos. El contenido generado por el usuario (CGU) ayuda a generar confianza en la información compartida en estas plataformas, influyendo así en las decisiones de selección de

destino de los turistas. Se recomienda a las organizaciones turísticas que mantengan contenido de alta calidad para fomentar más UGC y generar aún más confianza entre los viajeros potenciales.

Las redes sociales y el marketing de influencers han transformado la industria del turismo al mejorar la visibilidad de los destinos, influir en el comportamiento de los consumidores y proporcionar plataformas para la interacción directa entre destinos y viajeros. El uso estratégico de estas herramientas puede contribuir significativamente al crecimiento y la sostenibilidad del sector turístico.



Figura 12. Herrera-Chávez et al. (2024). *El papel de las redes sociales y el marketing de influencers*. Creación propia.

3.3. Compromiso con la sostenibilidad: comercializar una marca responsable

La sostenibilidad ya no es una opción sino una necesidad en las estrategias de marketing turístico actuales. Esta parte analiza cómo integrar prácticas sostenibles en las narrativas de marketing, demostrando un compromiso con la conservación del medio ambiente, la responsabilidad social y la preservación cultural para atraer viajeros con conciencia ecológica.

El marketing turístico desempeña un papel fundamental en la promoción de marcas responsables al enfatizar consideraciones éticas, sociales y ambientales en sus operaciones y estrategias de comunicación. Así es como el marketing turístico contribuye a fomentar marcas responsables:

El turismo responsable ha surgido como una importante tendencia del mercado, lo que refleja un cambio más amplio de los consumidores hacia el consumo ético y el marketing de estilos de vida. Comercializar el turismo responsable implica abordar las cuestiones éticas asociadas con el impacto del turismo y promover unas vacaciones responsables. Este enfoque puede conducir a una mayor demanda de experiencias de turismo responsable, a medida

que más turistas estén dispuestos a pagar más por vacaciones éticas.

La implementación de iniciativas de responsabilidad social corporativa (RSE) en el marketing turístico puede mejorar significativamente el posicionamiento de la marca y la lealtad del cliente. Las actividades de RSE no solo abordan las responsabilidades sociales y ambientales, sino que también ayudan a construir una imagen de marca responsable y confiable que atraiga a clientes responsables.

El componente visual de las marcas de destinos, incluidos logotipos y elementos de marca, puede comunicar ofertas de turismo sostenible. Los logotipos que incorporan elementos de la naturaleza o del patrimonio histórico pueden indicar un compromiso con las prácticas de turismo sostenible, atrayendo a turistas interesados en viajes responsables.

El desarrollo de un país como marca de destino turístico crea influencia para sus productos y servicios en los mercados de exportación. Esta sinergia entre el turismo y las marcas de exportación puede amplificar la reputación de calidad y

responsabilidad de un destino, mejorando el atractivo tanto del destino como de sus productos para los turistas responsables.

Las estrategias de comunicación en el turismo voluntario pueden influir en la mejora del mercado hacia prácticas más responsables. Al proporcionar retroalimentación sobre la calidad de las comunicaciones de responsabilidad y aprender de ellas, las organizaciones de turismo voluntario pueden mejorar sus esfuerzos de marketing y promover una experiencia turística más responsable y ética.

El marketing turístico juega un papel vital en el desarrollo y promoción de marcas responsables al alinear las estrategias de marketing con responsabilidades éticas, ambientales y sociales. Este enfoque no sólo mejora la imagen de marca y la fidelidad de los clientes, sino que también contribuye al desarrollo del turismo sostenible.

3.4. Marketing móvil: llegar a los viajeros en movimiento

Dada la ubicuidad de los teléfonos inteligentes, esta sección enfatiza la necesidad de estrategias de marketing optimizadas para dispositivos móviles. Cubre los aspectos esenciales del diseño responsivo, las aplicaciones móviles y el marketing por SMS, garantizando que la comunicación con los turistas potenciales sea fluida y eficaz.

El marketing móvil en el turismo aprovecha la naturaleza ubicua de los dispositivos móviles para llegar a los viajeros de formas innovadoras y personalizadas. A continuación, se ofrecen algunas ideas clave sobre cómo el marketing móvil llega eficazmente a los viajeros en movimiento:

El marketing móvil ofrece a los viajeros intercambios de información en tiempo real, minimiza la documentación necesaria en los cruces fronterizos y elimina las barreras del idioma, brindando importantes beneficios y conveniencia a los turistas. Esto permite optimizar el tiempo y amplía la variedad de opciones de productos turísticos necesarios.

La convergencia de las tecnologías móviles con las plataformas de redes sociales ha abierto nuevas vías para la publicidad de productos y servicios turísticos. Un marco integrado, que incluye el modelo de aceptación de la tecnología móvil y la teoría de la interactividad, ayuda a comprender las intenciones de los consumidores de adoptar publicidad en las redes sociales móviles para recibir anuncios relacionados con el turismo. Este enfoque innovador de la publicidad a través de las redes sociales móviles es crucial para llegar a los viajeros modernos.

El uso de advergames móviles como vehículos de comunicación de marketing aumenta el conocimiento y la participación entre los consumidores. En la industria del turismo, los advergames móviles pueden marcar e integrar eficazmente elementos de la ciudad o el destino en el juego, aunque persisten desafíos en el marketing viral debido a la necesidad de dispositivos costosos para el juego.

El marketing de redes sociales móviles (MSM) en el turismo combina las redes sociales, la realidad virtual y el espacio físico, lo que permite a las organizaciones de viajes revolucionar sus ofertas. Al responder con precisión al contexto dentro y alrededor de los usuarios, el marketing HSH potencia la co-creación dinámica de

productos y servicios con los consumidores, mejorando el valor para todas las partes interesadas en el destino.

El análisis de la satisfacción y la importancia de los usuarios a través del Análisis de rendimiento de importancia (IPA) revela que la información correcta y en tiempo real es vital, pero no se proporciona de manera satisfactoria, lo que señala áreas que necesitan mejora. La facilidad de uso surge como el factor más importante para los usuarios de aplicaciones de marketing móvil para turismo, destacando la necesidad de soluciones móviles intuitivas y fáciles de usar.



Figura 13. Herrera-Chávez et al. (2024). *Marketing móvil: llegar a los viajeros en movimiento*. Creación propia.

La capacidad del marketing móvil para ofrecer contenido personalizado, basado en la ubicación y oportuno lo convierte en una herramienta poderosa en el marketing turístico. Al aprovechar los datos en tiempo real, los formatos de contenido atractivos y la naturaleza omnipresente de los dispositivos móviles, los especialistas en marketing pueden mejorar la experiencia de viaje y, en última instancia, generar conciencia y compromiso con los destinos y los servicios relacionados con el turismo.

3.5. Marketing experiencial: vender historias, no solo destinos

El cambio del marketing tradicional al marketing experiencial, centrándose en crear conexiones emocionales con las audiencias a través de la narración y el contenido inmersivo. Sugiere formas de seleccionar experiencias únicas que pueden convertirse en la pieza central de las campañas de marketing.

El marketing experiencial en turismo es una estrategia poderosa que enfatiza vender historias, emociones y experiencias en lugar de simplemente promover destinos turísticos como productos. Este enfoque se centra en crear experiencias inmersivas que conecten con los turistas a nivel personal, influyendo en su comportamiento y mejorando su satisfacción con la experiencia de viaje. A

continuación, se presentan varias ideas de investigaciones sobre la aplicación del marketing experiencial en la industria del turismo:

El marketing experiencial es notablemente eficaz en el sector turístico porque se alinea con la búsqueda de fantasías y emociones positivas de los turistas. La aplicación del marketing experiencial puede influir significativamente en el comportamiento de los turistas al interactuar con el procesamiento de imágenes de los turistas, el sistema mental involucrado en el procesamiento de estímulos experienciales. Este enfoque concilia varios conceptos relacionados con las imágenes, como la simulación mental y el transporte narrativo, para comprender cómo el marketing experiencial influye en el comportamiento del turista a través de procesos mentales.

El marketing experiencial en turismo implica diseñar temas atractivos para experiencias turísticas y construir atmósferas experienciales interactivas. Esta estrategia enfatiza los aspectos tangibles del turismo experiencial, como las instalaciones y los procesos de servicio, y apunta a satisfacer las necesidades experienciales de los turistas a través de estimulación sensorial.

Se ha observado en un estudio que los efectos de la satisfacción del cliente desde una perspectiva turística encontraron que el marketing experiencial mejora el negocio turístico a través de módulos estratégicos de sentir, sentir, pensar, actuar, y relacionarse. El estudio sugirió que las experiencias personales, recreativas y ambientales desempeñan un papel crucial en el aumento de la satisfacción del cliente, lo que lleva a la mejora de la industria del turismo.

Los efectos del compromiso de los turistas con actividades de marketing experiencial en su experiencia destacan los diferentes impactos de las dimensiones del compromiso del cliente en la experiencia e identificación del cliente. Estos, a su vez, influyen en las intenciones de comportamiento hacia los destinos. El estudio subraya la importancia de personalizar las iniciativas de marketing experiencial para dirigirse a diferentes segmentos turísticos para gestionar las experiencias turísticas de forma eficaz.

Introducir el marketing experiencial en el turismo y aprovechar su potencial puede mejorar el sentido de la experiencia de los turistas, mejorar los beneficios económicos del turismo y promover el desarrollo de la industria. Esta investigación enfatiza la necesidad

de crear emociones positivas inolvidables e impresiones vívidas para los huéspedes, lo que se facilita mediante adiciones psicológicas al servicio turístico, enfoques personalizados y el diseño del producto turístico.

El marketing experiencial transforma el enfoque del marketing turístico al centrarse en la creación de experiencias memorables y emocionales que resuenan en los turistas en un nivel más profundo. Esta estrategia no sólo mejora la satisfacción y el compromiso de los turistas, sino que también fomenta una ventaja competitiva en el mercado turístico cada vez más dinámico.

3.6. Tendencias en promoción turística en la era del Turismo 5.0

Basándonos en la naturaleza cambiante del turismo y la llegada del Turismo 5.0, podemos inferir algunas tendencias que probablemente estén dando forma al futuro de la promoción turística. El turismo 5.0 representa la siguiente fase en la evolución de la industria turística, caracterizada por una profunda integración de tecnología, experiencias personalizadas, sostenibilidad y un enfoque en la creación de valor tanto para los turistas como para las comunidades locales. A continuación, se presentan algunas tendencias en promoción turística que se alinean con los principios del Turismo 5.0:

Con avances en análisis de datos e inteligencia artificial, las promociones turísticas son cada vez más personalizadas y ofrecen recomendaciones y experiencias personalizadas a los turistas en función de sus preferencias, comportamiento pasado y actividad en las redes sociales.

Las promociones enfatizan cada vez más las prácticas de turismo sostenible, mostrando los esfuerzos de los destinos para preservar los recursos naturales, apoyar las economías locales y minimizar el impacto ambiental del turismo.

Se están empleando tecnologías de realidad aumentada (AR), realidad virtual (VR) e Internet de las cosas (IoT) para crear materiales promocionales inmersivos e interactivos que permitan a los turistas potenciales experimentar los destinos virtualmente antes de decidir visitarlo.

Las plataformas de redes sociales y los influencers desempeñan un papel importante en la promoción turística, aprovechando su alcance y compromiso para mostrar destinos, experiencias y reseñas de una manera auténtica e identificable.

Los esfuerzos de marketing se centran en la narración, destacando experiencias únicas, patrimonio cultural e historias locales para involucrar emocional e intelectualmente a los turistas potenciales,

yendo más allá de los puntos de venta tradicionales como servicios y atracciones.

Involucrar a los turistas en la creación de contenido y experiencias, animándolos a compartir sus historias, reseñas y contenido en redes sociales y plataformas, convirtiéndose así en participantes activos en la promoción de destinos.

Promocionar destinos como "inteligentes" destacando la integración de la tecnología para mejorar la experiencia turística a través de aplicaciones, información en tiempo real, servicios personalizados y conectividad perfecta.

En el contexto de la pandemia mundial y más allá, la salud y la seguridad se han vuelto primordiales en las promociones turísticas, asegurando a los visitantes potenciales las medidas adoptadas para garantizar su bienestar.

Si bien la investigación directa sobre el Turismo 5.0 y su impacto en las tendencias de promoción aún está emergiendo, estas tendencias inferidas se alinean con los objetivos más amplios de crear ofertas turísticas más personalizadas, sostenibles, tecnológicamente integradas e impulsadas por la experiencia. La atención se centra en mejorar la calidad de las experiencias para los turistas y al mismo tiempo garantizar la sostenibilidad y la inclusión del desarrollo turístico.

3.7. Sostenibilidad y turismo 5.0

La sostenibilidad en el turismo 5.0 enfatiza un enfoque holístico que integra consideraciones económicas, sociales y ambientales para garantizar la viabilidad a largo plazo de la industria turística. Se centra en crear un equilibrio entre satisfacer las necesidades de los turistas actuales y las comunidades anfitrionas y al mismo tiempo proteger y mejorar las oportunidades para el futuro.



Figura 14. Herrera-Chávez et al. (2024). *Sostenibilidad y turismo 5.0*. Creación propia.

A continuación, se presentan algunas ideas clave sobre la sostenibilidad relacionadas con el Turismo 5.0:

La sostenibilidad en los estudios de turismo abarca varias tradiciones, incluidas perspectivas basadas en recursos, basadas en

actividades y basadas en la comunidad. Estas tradiciones resaltan la importancia de equilibrar la conservación ambiental, la preservación cultural y los beneficios económicos para garantizar que el turismo contribuya positivamente a las áreas de destino.

La sostenibilidad de la industria del turismo se ve desafiada por cuestiones como el alto uso de energía, el consumo extensivo de agua y la destrucción del hábitat. Abordar estos impactos requiere medidas regulatorias y un esfuerzo colectivo de todas las partes interesadas para avanzar hacia una industria más verde y sostenible.

La gestión eficaz de la sostenibilidad en el turismo requiere comprender las complejas interacciones dentro de los sistemas turísticos. Un marco que incluya variables en las dimensiones social, económica y competitiva puede guiar el comportamiento de los actores clave hacia el logro de resultados sostenibles.

Los conceptos de sostenibilidad, equidad y autenticidad están interrelacionados en el turismo. El turismo sostenible no sólo debe centrarse en los aspectos ambientales y económicos, sino también considerar la equidad social y la autenticidad de las prácticas

culturales. Esto garantiza que los beneficios del turismo se distribuyan de manera justa entre todas las partes interesadas y que las culturas y tradiciones locales sean respetadas y preservadas

El turismo sostenible requiere definiciones operativas detalladas y una comprensión dinámica de las condiciones económicas y ambientales de la industria del turismo. Los modelos que ilustran el comportamiento interrelacionado de estas condiciones a lo largo del tiempo pueden ayudar a identificar caminos sostenibles y no sostenibles, subrayando la importancia de estrategias de gestión adaptables y flexibles.

La sostenibilidad en el Turismo 5.0 va más allá de los conceptos tradicionales y adopta un enfoque integrado que incluye no sólo la conservación del medio ambiente sino también la justicia social, la igualdad económica y la autenticidad cultural. Subraya la necesidad de prácticas de gestión innovadoras, mediciones integrales del desempeño y la participación de todas las partes interesadas en la creación de un futuro sostenible para el turismo.

3.8. Prácticas responsables en la industria turística 5.0.

Las prácticas responsables en turismo, especialmente en el contexto del Turismo 5.0, se centran en crear un enfoque sostenible y ético para el desarrollo y la gestión del turismo. Estas prácticas tienen como objetivo minimizar los impactos negativos en el medio ambiente, la cultura y la sociedad, mientras maximizan los beneficios para las comunidades, economías y ecosistemas locales. Algunas ideas clave sobre prácticas responsables dentro del Turismo 5.0:

Las prácticas de turismo responsable tienen como objetivo garantizar que el desarrollo turístico contribuya positivamente a la calidad de vida de las comunidades anfitrionas. Esto incluye generar beneficios económicos para la población local, mejorar el bienestar de las comunidades anfitrionas y hacer contribuciones positivas a la conservación de los recursos naturales y culturales.

La integración de prácticas turísticas sostenibles y responsables es esencial para promover la incorporación de prácticas sostenibles en la industria turística. Esto implica alentar a las empresas, especialmente a las pequeñas, a adoptar comportamientos más

responsables e implementar sistemas para evaluar su responsabilidad empresarial.

Un modelo propuesto identifica cuatro formas de alentar a los pequeños hoteles a participar en el turismo responsable: educación, motivación económica, motivación de marketing y creación de redes sociales. Este modelo pretende influir en las percepciones y comportamientos de los hoteleros hacia las prácticas de turismo responsable.

Desarrollar un mecanismo para implementar el turismo responsable requiere comprender el papel de las diferentes partes interesadas en la promoción del consumo y la producción éticos en el turismo. Este enfoque se centra en el enfoque del desarrollo turístico orientado al destino.

El discurso entorno al turismo sostenible-responsable enfatiza un paso del turismo impulsado por el valor de mercado y del *laissez-faire* ambiental hacia un turismo más responsable impulsado por el valor ambiental y social. Este enfoque implica un modelo integrado

de sostenibilidad-responsabilidad bien razonado que comprende tres etapas: Conciencia, Agenda y Acción.

Las prácticas responsables en Turismo 5.0 abogan por un enfoque integrado del turismo que respete los límites ambientales y promueva la equidad social y la autenticidad cultural. Estas prácticas resaltan la importancia de la participación comunitaria, la gestión sostenible y el papel activo de los turistas en el fomento de una industria turística responsable y sostenible.

3.9.Ecoturismo y turismo comunitario en el contexto del Turismo 5.0

3.9.1. Ecoturismo en el contexto del Turismo 5.0

El ecoturismo, en el contexto del Turismo 5.0, se presenta como una modalidad de viaje que no sólo persigue la preservación ambiental y el respeto a las comunidades locales, sino que también incorpora las tecnologías más avanzadas para optimizar la experiencia turística y potenciar la sostenibilidad. Esta fusión de la tecnología y la conservación ambiental responde a las crecientes demandas de los viajeros conscientes y las necesidades de un planeta que requiere métodos de explotación turística responsables y regenerativos.

El ecoturismo en la era del Turismo 5.0 se define como un enfoque de turismo que combina la admiración y disfrute de los recursos naturales y culturales con prácticas que minimizan el impacto negativo en esos recursos. Su objetivo es triple: conservar el medio ambiente, mejorar el bienestar de la población local, y ofrecer una experiencia enriquecedora y educativa a los turistas. A diferencia del turismo convencional, el ecoturismo en esta nueva era busca ser una herramienta de cambio positivo, promoviendo la conservación y la sensibilización ambiental a través del uso de tecnologías avanzadas.

3.9.2. Tecnologías Clave en el Ecoturismo

En el marco del Turismo 5.0, varias tecnologías emergentes juegan roles fundamentales en la transformación del ecoturismo:

1. Realidad Aumentada (RA) y Realidad Virtual (RV): Estas tecnologías permiten a los visitantes experimentar y aprender sobre la biodiversidad y los ecosistemas locales sin perturbarlos. Por ejemplo, las gafas de RA pueden proporcionar información contextual sobre la flora y la fauna en tiempo real durante las excursiones.
2. Big Data y Analítica de Datos: El uso de grandes volúmenes de datos ayuda a prever patrones de visitación y a gestionar los flujos

de turistas para minimizar el impacto ambiental. Además, permite a las comunidades y gestores de destinos turísticos entender mejor las preferencias y comportamientos de los visitantes para personalizar las experiencias y mejorar las prácticas de sostenibilidad.

3. Internet de las Cosas (IoT): Dispositivos y sensores conectados pueden monitorizar las condiciones ambientales en tiempo real, permitiendo una gestión más eficaz de los recursos naturales y una respuesta rápida a cualquier problema ecológico que pueda surgir.

3.9.3. Impacto y Beneficios del Ecoturismo Tecnológico

El impacto del ecoturismo en el contexto del Turismo 5.0 va más allá de la conservación ambiental. Económicamente, apoya a las economías locales al dirigir los ingresos turísticos hacia las comunidades anfitrionas. Socialmente, promueve un mayor entendimiento y respeto por las culturas locales. Ambientalmente, ayuda a proteger los ecosistemas y especies en peligro. Tecnológicamente, impulsa la innovación y el desarrollo de nuevas soluciones sostenibles.

Además, el ecoturismo moderno tiene el potencial de convertirse en un laboratorio en vivo para el desarrollo y prueba de tecnologías sostenibles, que pueden ser replicadas en otros sectores económicos y geografías.

Sin embargo, la integración de la tecnología en el ecoturismo no está exenta de desafíos. La dependencia de la tecnología debe ser equilibrada con la necesidad de ofrecer experiencias auténticas y no invasivas. Además, es fundamental asegurar que la tecnología sea accesible para todas las comunidades, evitando la creación de disparidades digitales.

El ecoturismo en el contexto del Turismo 5.0 representa una evolución crítica del concepto tradicional de turismo de naturaleza. Al incorporar tecnologías avanzadas, este nuevo paradigma no sólo mejora la experiencia turística, sino que también fortalece los esfuerzos de conservación y fomenta un desarrollo comunitario inclusivo y sostenible. La clave del éxito radicarán en encontrar un equilibrio entre la tecnología y la tradición, asegurando que ambos coexistan para enriquecer la experiencia turística.



Figura 15. Herrera-Chávez et al. (2024). *Impacto y Beneficios del Ecoturismo Tecnológico*. Creación propia.

3.9.4. Turismo comunitario en el contexto del Turismo 5.0

El turismo comunitario en el contexto del Turismo 5.0 puede verse como una evolución significativa hacia prácticas más inclusivas y sostenibles en la industria del turismo. Al integrar las tecnologías de la información y comunicación, junto con una fuerte inclinación hacia la sostenibilidad ambiental, social y económica, el Turismo 5.0 busca mejorar no solo la experiencia turística sino también beneficiar de manera directa a las comunidades locales (Naranjo Lluart, 2022).

3.9.5. Modelo de Turismo Comunitario 5.0

El turismo comunitario en esta nueva era está caracterizado por la inclusión activa de las comunidades locales en la gestión y beneficios

del turismo. Esto incluye la propiedad y gestión comunitaria de los proyectos turísticos, lo cual les permite tener un control directo sobre los recursos y beneficios generados. Este modelo fomenta la autogestión y el empoderamiento comunitario, elementos esenciales en el Turismo 5.0 (Naranjo Llupart, 2022).

3.9.6. Sostenibilidad y Tecnología

El componente de sostenibilidad en el turismo comunitario se refuerza mediante el uso de tecnologías que permiten una mejor gestión de los recursos naturales y culturales. Estas tecnologías pueden ayudar en la recolección de datos para mejorar la planificación y gestión del turismo, optimizando así la interacción entre turistas y el entorno sin degradar los recursos (Sosa, Aulet, & Mundet, 2021).

3.9.7. Indicadores de Desarrollo Sostenible

Una parte crucial de este enfoque es la implementación de indicadores de sostenibilidad que permiten medir el impacto real del turismo en las comunidades. Estos indicadores abarcan dimensiones socioculturales, ambientales, turísticas y económicas, y ayudan a

guiar las políticas y prácticas hacia un turismo que beneficie a todas las partes involucradas (Sosa, Aulet, & Mundet, 2021).

3.9.8. Las Estrategias de Inclusión y Participación

El Turismo 5.0 también enfatiza la necesidad de estrategias inclusivas que permitan a las comunidades participar activamente en el desarrollo turístico. Esto incluye formación y capacitación para que los miembros de la comunidad puedan participar plenamente en todos los aspectos del turismo, desde la planificación hasta la ejecución y la gestión de la retroalimentación turística (Maggio, 2020).

Finalmente, el impacto económico y social de estas iniciativas se refleja en la mejora de las condiciones de vida de la comunidad, el aumento del empleo y el fortalecimiento de la cultura local. La inclusión del turismo en los planes de desarrollo comunitario no solo potencia la economía local, sino que también promueve la conservación del patrimonio cultural y natural (Gohori & van der Merwe, 2020).

3.9.9. Tecnologías en el Servicio del Turismo Sostenible

En el marco del Turismo 5.0, la integración de tecnologías avanzadas juega un papel crucial en la promoción y gestión del turismo sostenible. Estas tecnologías no solo mejoran la experiencia turística, sino que también contribuyen significativamente a la conservación de recursos, la minimización del impacto ambiental y el incremento de los beneficios socioeconómicos para las comunidades locales.



Figura 16. Herrera-Chávez et al. (2024). *Tecnologías en el Servicio del Turismo Sostenible*. Creación propia.

3.9.10. Big Data y Analítica Predictiva

El análisis de grandes volúmenes de datos, o Big Data, permite a los gestores de destinos turísticos comprender mejor las tendencias de

los visitantes, optimizar los recursos y mejorar la planificación estratégica. Según Zhang, He y Zhang (2018), el Big Data facilita la predicción de patrones de consumo turístico y la gestión eficiente de los flujos de visitantes, lo que ayuda a reducir la congestión en sitios populares y mejora la distribución de los turistas en áreas menos exploradas. Esto no solo mejora la experiencia del visitante, sino que también reduce el impacto en los entornos naturales y culturales.

3.9.10.1. Inteligencia Artificial y Aprendizaje Automático

La Inteligencia Artificial (IA) y el aprendizaje automático están revolucionando la manera en que los destinos turísticos interactúan con los visitantes. A través de chatbots y asistentes virtuales, los turistas pueden obtener respuestas instantáneas a sus preguntas, recomendaciones personalizadas y asistencia en tiempo real. Guttentag (2017) destaca que estas tecnologías no solo mejoran la satisfacción del cliente, sino que también permiten a los destinos turísticos gestionar recursos de manera más efectiva y sostenible.

3.9.10.2. Realidad Virtual y Realidad Aumentada

La Realidad Virtual (RV) y la Realidad Aumentada (RA) ofrecen nuevas maneras de explorar destinos turísticos sin impactar

físicamente en ellos. Por ejemplo, la RA puede superponer información cultural e histórica sobre estructuras antiguas sin necesidad de señalizaciones invasivas. Govers (2018) argumenta que estas tecnologías no solo enriquecen la experiencia del visitante, sino que también ayudan a preservar sitios de importancia histórica y natural al reducir la necesidad de interactuar físicamente con ellos.

3.9.11. Internet de las Cosas (IoT)

El Internet de las Cosas (IoT) implica la conexión de dispositivos a internet para monitorizar y gestionar automáticamente los recursos. En el contexto turístico, esto puede traducirse en la gestión inteligente de la energía y el agua en hoteles, o en la monitorización de la calidad del aire y del tráfico en tiempo real. Según Perles-Ribes et al. (2017), el IoT no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también contribuye a la sostenibilidad ambiental de los destinos turísticos.

3.9.12. Impacto del Ecoturismo y Turismo Comunitario en el Desarrollo Local

El ecoturismo y el turismo comunitario se han destacado como modelos sustentables de desarrollo turístico que benefician tanto a

las comunidades locales como al medio ambiente. La implementación de estos modelos dentro del marco del Turismo 5.0 ha demostrado ser particularmente efectiva, generando impactos positivos que trascienden el ámbito económico para incluir el social, cultural y ambiental.

El ecoturismo y el turismo comunitario promueven el desarrollo económico local al diversificar las fuentes de ingreso tradicionales y crear empleo en áreas que, de otro modo, podrían tener pocas oportunidades económicas. Stronza y Gordillo (2008) encontraron que estas formas de turismo generan ingresos directos a través de actividades como guías turísticos, alojamiento y servicios de alimentación, que a menudo son gestionados por la comunidad. Además, fomentan el desarrollo de microempresas locales y la venta de productos artesanales.

El impacto social y cultural de los programas de ecoturismo y turismo comunitario están diseñados para proteger y valorar la identidad cultural y las tradiciones locales. Su implementación ayuda a fortalecer el tejido social al involucrar a los miembros de la comunidad en la toma de decisiones y la gestión de actividades turísticas. Según Scheyvens (1999), estos modelos pueden mejorar la

cohesión comunitaria y el orgullo local, mientras educan a los turistas sobre la cultura y las prácticas locales.

La sostenibilidad ambiental, la conservación del medio ambiente es un pilar central del ecoturismo. A través de prácticas sostenibles y la limitación del número de turistas, se minimiza el impacto ambiental. Weaver y Lawton (2007) sostienen que el ecoturismo bien gestionado puede contribuir a la conservación de la biodiversidad y los recursos naturales, lo cual a su vez asegura la viabilidad a largo plazo de los ecosistemas locales.

A pesar de sus beneficios, el ecoturismo y el turismo comunitario enfrentan desafíos como la dependencia excesiva de los mercados turísticos volátiles y la gestión inadecuada de los recursos. Para mitigar estos riesgos, se requieren políticas que promuevan la diversificación económica y aseguren una distribución equitativa de los beneficios turísticos. La educación continua y el desarrollo de capacidades locales son esenciales para la gestión efectiva y sostenible de estas iniciativas turísticas.

El ecoturismo y el turismo comunitario ofrecen un modelo prometedor para el desarrollo local sostenible dentro del contexto del Turismo 5.0. No obstante, el éxito de estos programas depende de un compromiso continuo con las prácticas de gestión sostenible y el desarrollo equitativo.

3.9.13. Casos de Estudio: Éxitos y Desafíos

En la evolución hacia el Turismo 5.0, diversos casos de estudio de todo el mundo han ilustrado tanto los éxitos alcanzados como los desafíos enfrentados al intentar integrar la tecnología avanzada con prácticas de turismo sostenible. Estos casos aportan valiosas lecciones sobre cómo las tecnologías pueden facilitar o complicar el desarrollo turístico sustentable.

3.9.13.1. Caso de Éxito: Costa Rica y el Ecoturismo

Costa Rica se ha consolidado como un líder mundial en ecoturismo, adoptando tecnologías que apoyan la sostenibilidad y la experiencia del visitante. Según Honey (2008), el país ha utilizado eficazmente el turismo como una herramienta para conservar su biodiversidad y promover el desarrollo económico. Utilizando aplicaciones de móvil para guiar a los turistas y sistemas de gestión de datos para

monitorear la salud de los ecosistemas, Costa Rica ha logrado un equilibrio entre la conservación y el turismo.

3.9.13.2. Desafío: Venecia y el Turismo de Masas

Venecia ha enfrentado el desafío de gestionar el turismo de masas exacerbado por las tecnologías como las plataformas de reservas online y las redes sociales. Pappalepore (2017) investigó cómo estas tecnologías pueden aumentar el flujo de turistas, lo que a menudo supera la capacidad de la ciudad y deteriora la calidad de vida de los residentes. Venecia ha empezado a implementar sistemas de conteo y reservas para controlar el acceso a sitios clave, pero aún enfrenta el reto de equilibrar la economía turística con la sostenibilidad urbana.

3.9.13.3. Caso de Éxito: Singapur y la Tecnología en Turismo

Singapur ha integrado exitosamente la tecnología en su sector turístico para mejorar la experiencia del visitante y gestionar recursos de manera sostenible. La ciudad-estado ha implementado sistemas de inteligencia artificial para personalizar la experiencia turística y utiliza el análisis de datos para mejorar la gestión del tráfico y la conservación energética en atracciones turísticas. Según

Chang (2016), estos esfuerzos no solo han mejorado la eficiencia, sino que también han elevado la satisfacción del turista.

3.9.13.4. Desafío: Islas Galápagos y la Conservación

Las Islas Galápagos enfrentan desafíos significativos en la gestión del ecoturismo debido a su popularidad y vulnerabilidad ecológica. Aunque las tecnologías de información han ayudado en la conservación y educación, el aumento de turistas impulsado por la promoción en línea ha puesto en riesgo la biodiversidad de las islas. Soler et al. (2018) describen cómo el gobierno ha tenido que implementar regulaciones estrictas y sistemas de monitoreo para proteger este frágil ecosistema.

Estos casos de estudio demuestran que, mientras que la tecnología puede potencialmente transformar y mejorar el turismo, su implementación debe ser cuidadosamente gestionada para asegurar que los beneficios sean sostenibles y que no sobrepasen la capacidad de los destinos para manejar el impacto ambiental y social.

3.9.14. Futuro del Ecoturismo y Turismo Comunitario

El ecoturismo y el turismo comunitario se han establecido como importantes catalizadores para el desarrollo sostenible dentro del sector turístico. Con la adopción del Turismo 5.0, que enfatiza la integración de tecnologías avanzadas para mejorar la experiencia del usuario y gestionar recursos de manera eficiente, el futuro de estas formas de turismo se perfila con un potencial significativo. Este capítulo explora las tendencias emergentes, los desafíos potenciales y las oportunidades futuras para el ecoturismo y el turismo comunitario, proporcionando un marco para su desarrollo continuo.

Las tendencias emergentes que se presentan son:

1. Digitalización y Personalización: La digitalización continuará jugando un rol crucial en la personalización de la experiencia turística. Con herramientas como la inteligencia artificial y el análisis de datos, los proveedores de turismo podrán ofrecer experiencias más personalizadas y adaptadas a las necesidades individuales de los turistas, mejorando así su satisfacción y engagement (Gretzel, Sigala, Xiang, & Koo, 2015).

2. Sostenibilidad Ampliada: A medida que aumenta la conciencia ambiental, el ecoturismo y el turismo comunitario se centrarán aún más en prácticas sostenibles. Esto incluirá la adopción de tecnologías verdes, el manejo eficiente de recursos naturales y la minimización del impacto ambiental de las actividades turísticas (Cheer & Lew, 2018).

3. Participación Comunitaria Mejorada: La tecnología permitirá una mayor participación y empoderamiento de las comunidades locales en la gestión del turismo. Plataformas en línea y aplicaciones móviles facilitarán la comunicación entre turistas y residentes, aumentando la transparencia y permitiendo que las comunidades tengan un mayor control sobre cómo se desarrolla el turismo en sus áreas (Scheyvens, 2018).

Entre los desafíos futuros del ecoturismo y turismo comunitario están:

1. Sobre-turismo: Uno de los mayores desafíos será gestionar el sobre-turismo en áreas populares, lo cual puede llevar a la degradación ambiental y la disminución de la calidad de vida para

las comunidades locales. El desafío será implementar tecnologías que ayuden a distribuir de manera equitativa el flujo de turistas (Dodds & Butler, 2019).

2. **Preservación Cultural:** A medida que el turismo comunitario se expande, existe el riesgo de que la cultura local pueda ser diluida o malinterpretada. Será crucial desarrollar estrategias que autentiquen y preserven las tradiciones y prácticas culturales (Richards, 2019).

3. **Acceso y Desigualdad Tecnológica:** Garantizar que las comunidades locales tengan acceso a las tecnologías necesarias para participar plenamente en el turismo 5.0 es otro desafío importante. La brecha digital puede excluir a algunas comunidades de los beneficios del turismo sostenible (Gretzel et al., 2015).

Las oportunidades futuras que se presentan para el ecoturismo y el turismo comunitario son:

1. **Educación y Capacitación:** Invertir en la educación y capacitación de las comunidades locales en tecnologías emergentes ampliará su capacidad para gestionar y beneficiarse del turismo. Programas de

formación pueden equipar a los residentes con las habilidades necesarias para aprovechar las oportunidades que ofrece el Turismo 5.0 (Cheer & Lew, 2018).

2. Innovación en Conservación: La tecnología ofrece nuevas formas de conservación ambiental. Desde el monitoreo de la biodiversidad con drones hasta la rehabilitación de hábitats con técnicas avanzadas, el futuro del ecoturismo incluirá métodos innovadores para proteger los recursos naturales (Scheyvens, 2018).

CAPÍTULO 4.

4. Destinos Inteligentes y Experiencias Turísticas Personalizadas

El avance tecnológico ha transformado profundamente el sector turístico, impulsando el desarrollo de destinos inteligentes (DTI) que buscan mejorar la gestión, la sostenibilidad y la experiencia del visitante. Este capítulo se centra en la definición, evolución y componentes clave de los destinos inteligentes, además de explorar cómo estas innovaciones tecnológicas están configurando un turismo más eficiente y sostenible.

Los destinos turísticos inteligentes (DTI) implican el uso de tecnología para mejorar la gestión y la sostenibilidad de los destinos. Alcántara (2017) sugiere que los DTI pueden contribuir significativamente al desarrollo sostenible, optimizando los recursos y reduciendo el impacto ambiental del turismo.

Los destinos inteligentes son áreas geográficas que integran de manera estratégica las tecnologías de la información y comunicación (TIC) para innovar y transformar los recursos y procesos turísticos.

El objetivo es ofrecer experiencias enriquecidas a los visitantes, al tiempo que se mejora la calidad de vida de los residentes y se promueve la sostenibilidad del lugar. Según Gretzel, Sigala, Xiang y Koo (2015), estos destinos utilizan herramientas como el Internet de las Cosas (IoT), el big data y la inteligencia artificial (AI) para la recopilación y análisis de datos en tiempo real, facilitando una gestión eficiente y personalizada de la experiencia turística.

La evolución de los destinos inteligentes se puede dividir en varias fases. Inicialmente, las ciudades comenzaron incorporando tecnologías básicas para gestionar servicios y comunicación. Con el tiempo, la integración de sistemas y tecnologías avanzadas ha permitido la gestión optimizada de la experiencia turística y la infraestructura urbana. En la etapa actual, se emplean tecnologías avanzadas como AI y análisis predictivo para mejorar aún más la gestión y la experiencia del destino, lo que representa una evolución significativa en la forma en que se operan y perciben los destinos turísticos.

Los impulsores clave de los destinos inteligentes incluyen el incremento en la demanda de experiencias personalizadas, la necesidad de sostenibilidad y la gestión eficiente de recursos. Sin

embargo, la implementación de estos destinos también enfrenta barreras como la falta de infraestructura tecnológica, las preocupaciones de privacidad y la resistencia al cambio por parte de los actores locales. A pesar de estos desafíos, los beneficios potenciales son significativos, incluyendo mejoras en la experiencia del visitante, beneficios socioeconómicos y una mayor sostenibilidad ambiental.

Las tecnologías avanzadas desempeñan un papel crucial en la transformación de los destinos turísticos en destinos inteligentes. El IoT permite la integración de dispositivos conectados que facilitan la recolección y análisis de datos en tiempo real. La AI se utiliza para análisis predictivo y sistemas de recomendación personalizados, mientras que la realidad virtual y aumentada (VR/AR) ofrecen experiencias inmersivas que enriquecen la interacción de los turistas con el entorno. La computación en la nube proporciona una infraestructura esencial para el almacenamiento y análisis de grandes volúmenes de datos, facilitando servicios eficientes y escalables.

La personalización de la experiencia turística en destinos inteligentes es una tendencia que utiliza tecnologías avanzadas para adaptar las

experiencias a las preferencias individuales de los turistas, mejorando su satisfacción y compromiso. Casos de estudio en destinos como Macao y Disney's MagicBand en Orlando ilustran cómo la implementación de big data y AI puede ofrecer experiencias altamente personalizadas y mejorar la eficiencia operativa.

La integración de tecnologías avanzadas en el sector turístico puede transformar significativamente la experiencia de los visitantes, ofreciendo un nivel de personalización y sostenibilidad que antes era imposible. Este capítulo destaca cómo estos avances pueden ser aplicados de manera efectiva para mejorar tanto la competitividad de los destinos como la satisfacción del turista, marcando el camino hacia un turismo más inteligente y sostenible en la era del Turismo 5.0.

4.1. Definición y Evolución de los Destinos Inteligentes

El turismo ha experimentado una evolución significativa con el avance de la tecnología, particularmente en el desarrollo de destinos inteligentes. Este capítulo explora la definición, evolución y componentes fundamentales de los destinos inteligentes, proporcionando un marco teórico y práctico para su comprensión y desarrollo en el contexto del turismo 5.0.

4.1.1. Definición de Destinos Inteligentes

Los destinos inteligentes son áreas geográficas que, mediante la utilización estratégica de tecnologías de la información y



comunicación (TIC), buscan innovar y transformar los recursos y procesos turísticos para generar experiencias enriquecidas a los visitantes, al tiempo que mejoran la calidad de vida de los residentes y la sostenibilidad del lugar (Gretzel, Sigala, Xiang, & Koo, 2015).

Figura 17. Herrera-Chávez et al. (2024). *Destinos Inteligentes*. Creación propia.

4.1.2. Componentes de un Destino Inteligente

- Tecnología: Uso de IoT, big data, y AI para la recopilación y análisis de datos en tiempo real.

- Innovación: Implementación de soluciones tecnológicas para mejorar la experiencia turística.

- Sostenibilidad: Integración de prácticas que aseguren el menor impacto ambiental y el máximo beneficio socioeconómico.

4.1.3. Evolución de los Destinos Inteligentes

- Fase 1 - Conciencia: Inicialmente, las ciudades comenzaron a incorporar tecnologías básicas para gestionar servicios y comunicación (Buhalis & Amaranggana, 2013).

- Fase 2 - Integración: Integración de sistemas y tecnologías avanzadas para la gestión de la experiencia turística y la infraestructura urbana.

- Fase 3 - Optimización: Uso de tecnologías avanzadas como AI y análisis predictivo para optimizar la experiencia y la gestión del destino.

4.1.5. Factores Impulsores y Barreras

-Impulsores: Incremento en la demanda de experiencias personalizadas, necesidad de sostenibilidad y gestión eficiente de recursos.

-Barreras: Falta de infraestructura tecnológica, preocupaciones de privacidad y resistencia al cambio por parte de stakeholders locales.

4.1.6. Impacto y Resultados

- Mejoras en la Experiencia del Visitante: Accesibilidad mejorada, personalización de servicios y comunicación efectiva.

- Beneficios Socioeconómicos: Aumento en la eficiencia operacional, crecimiento del turismo, y mejora en la calidad de vida local.

- Desafíos Ambientales y Sociales: Necesidad de asegurar la sostenibilidad y equidad en la distribución de los beneficios del turismo.

La evolución de los destinos inteligentes representa un cambio paradigmático en cómo los destinos turísticos operan y se perciben. El enfoque en la tecnología y la sostenibilidad no solo mejora la experiencia del turista, sino que también promueve un desarrollo más equilibrado y sostenible.

4.2. Tecnologías Clave en los Destinos Inteligentes

Las tecnologías avanzadas están remodelando los destinos turísticos, convirtiéndolos en "inteligentes" al mejorar la gestión de recursos y la experiencia turística. A través de la revisión de literatura y análisis bibliométricos, se destaca la adopción y la evolución de tecnologías clave que facilitan el turismo sostenible y enriquecen las experiencias de los visitantes.

4.2.1. Tecnologías Predominantes en los Destinos Inteligentes

- Internet de las Cosas (IoT): Esta tecnología permite la integración de dispositivos conectados que facilitan la recolección y análisis de datos en tiempo real, lo que mejora la eficiencia operativa y personaliza la experiencia turística.

- Inteligencia Artificial (AI): AI se utiliza para análisis predictivo, sistemas de recomendación personalizados y asistencia virtual, mejorando así la accesibilidad y la interactividad en los destinos turísticos.

- Realidad Virtual y Aumentada (VR/AR): Estas tecnologías ofrecen experiencias inmersivas que enriquecen la interacción de los turistas con el entorno, permitiendo simulaciones y visualizaciones que mejoran la comprensión del patrimonio y la cultura local.

- Computación en la Nube: Proporciona una infraestructura esencial para el almacenamiento y análisis de grandes volúmenes de datos, facilitando servicios eficientes y escalables.

4.2.2. Evolución de las Tecnologías en Destinos Inteligentes

Se presenta una tabla comparativa que ilustra la evolución de estas tecnologías, desde su introducción hasta su aplicación actual en destinos inteligentes, destacando cómo cada una ha contribuido a la transformación de los servicios turísticos a lo largo del tiempo.

Tabla 2.

Evolución de las Tecnologías en Destinos Inteligente

Década	Tecnología	Introducción y Aplicación Inicial	Evolución y Ejemplos Actuales
Años 2000	Computación en la Nube	Almacenamiento de datos básico y aplicaciones de hosting.	Uso de plataformas como AWS para integrar servicios de gestión de datos en tiempo real.
	Internet de las Cosas (IoT)	Uso en gestión de energía y seguridad en hoteles.	Sensores y dispositivos conectados para personalización de habitaciones y gestión ambiental.
Años 2010	Inteligencia Artificial (AI)	Primeros chatbots en sitios web de turismo para atención al cliente.	Chatbots avanzados como Amelia en aeropuertos y hoteles para servicios completos al cliente.
	Realidad Aumentada (AR)	Aplicaciones en museos para añadir información digital a exposiciones.	Experiencias como la app AR de Pompeya que reconstruye sitios históricos en tiempo real.
	Realidad Virtual (VR)	Tours virtuales básicos en propiedades y destinos turísticos.	Plataformas como Oculus Rift ofrecen tours virtuales detallados e interactivos de ciudades enteras.

Nota: Adaptado del contenido del libro "Turismo 5.0: Innovación y Transformación en la Industria Turística".

4.2.3. Impacto y Aplicaciones Prácticas

Se destaca la necesidad crítica de adaptación continua a las tecnologías emergentes para mantener la competitividad y la relevancia en un mercado turístico globalizado y tecnológicamente avanzado.

- Gestión de Recursos y Sostenibilidad: El uso eficiente de tecnologías inteligentes ayuda en la gestión sostenible de recursos, reduciendo el impacto ambiental y promoviendo el turismo responsable.

- Experiencia del Usuario Mejorada: La personalización y la interactividad que ofrecen estas tecnologías aumentan la satisfacción del turista y potencian las intenciones de recompra y el boca a boca positivo.

4.2.4. Personalización de la Experiencia Turística en Destinos Inteligentes

La personalización en destinos inteligentes, una tendencia que utiliza tecnologías avanzadas para adaptar las experiencias turísticas

a las preferencias individuales, mejorando así la satisfacción y el compromiso del turista.

En el turismo la personalización, se centra en adaptar y optimizar la experiencia turística a través de tecnologías como la inteligencia artificial, el big data y el IoT, que permiten analizar y responder a las necesidades específicas de los turistas en tiempo real.

Las tecnologías clave para la personalización en los destinos turísticos inteligentes se basan en :

Big Data e Inteligencia Artificial: Utilizadas para analizar patrones de comportamiento y personalizar ofertas y comunicaciones.

Internet de las Cosas (IoT): Permite la interacción personalizada en tiempo real a través de dispositivos conectados.

La implementación de la personalización se ejecuta en varias fases del viaje turístico, desde la planificación hasta la experiencia en el destino, donde tecnologías como plataformas de servicios

inteligentes proporcionan recomendaciones y servicios personalizados basados en la psicología y preferencias del turista.

4.2.5. Casos de Estudio y Ejemplos Prácticos

Los casos de estudio y ejemplos prácticos de personalización en destinos inteligentes están:

1. Macao - Plataforma de Turismo Inteligente: Implementación de big data para ofrecer experiencias personalizadas en comidas, compras y entretenimiento, mejorando la satisfacción del turista.

2. Liangzhu Museum, China: Uso de tecnologías inteligentes para personalizar la experiencia del visitante, mejorando significativamente su satisfacción y la intención de revisita.

3. Disney's MagicBand, Orlando, EE. UU.: Pulseras que actúan como llave de habitación, pase de parque y billetera, mejorando la experiencia en el parque al reducir tiempos de espera y personalizar servicios.

4. Copenhagen Connected Cycling, Dinamarca: Uso de IoT para mejorar la experiencia de ciclismo urbano mediante la optimización de rutas y la provisión de información turística en tiempo real.

5. Singapore's Smart Nation Initiative: Desarrollo de aplicaciones móviles que personalizan la experiencia turística ofreciendo guías y recomendaciones basadas en el comportamiento y preferencias del usuario.

Estos casos destacan cómo las tecnologías avanzadas pueden transformar los destinos turísticos al proporcionar experiencias altamente personalizadas y mejorar la eficiencia operativa. La personalización en destinos inteligentes representa una evolución crucial en la interacción entre tecnología y turismo, marcando el camino hacia experiencias más ricas y personalizadas que responden dinámicamente a las expectativas de los turistas.

La integración de tecnologías avanzadas en el sector turístico puede transformar significativamente la experiencia de los visitantes, ofreciendo un nivel de personalización que antes era imposible, y cómo estos avances pueden ser aplicados de manera efectiva para

mejorar tanto la competitividad de los destinos como la satisfacción del turista.



Figura 18. Herrera-Chávez et al. (2024). *Personalización de la Experiencia Turística en Destinos Inteligentes*. Creación propia.

4.3. Impacto Socioeconómico y Sostenibilidad en Destinos Turísticos Inteligentes

Realizando un análisis cómo los destinos turísticos inteligentes (DTI) influyen en el desarrollo socioeconómico y la sostenibilidad de las regiones donde se implementan, destacando los beneficios y los desafíos asociados con su desarrollo. Los destinos turísticos inteligentes tienen un impacto significativo en la economía local mediante la creación de empleo, el aumento de ingresos y la mejora de la infraestructura. El uso de tecnologías avanzadas en estos

destinos a menudo conduce a una mayor eficiencia operativa, atrae a más turistas y mejora la experiencia turística, lo que se traduce en un incremento del gasto turístico y apoya el desarrollo económico local.

La integración de tecnologías sostenibles en los DTI permite una gestión más eficaz de los recursos naturales y reduce el impacto ambiental del turismo. Las iniciativas de turismo inteligente frecuentemente incluyen medidas para la conservación del agua, la gestión de residuos y la reducción de la huella de carbono, contribuyendo así a la sostenibilidad ambiental del destino.

A pesar de los beneficios, la implementación de DTI enfrenta desafíos significativos, como la falta de indicadores estandarizados de sostenibilidad y la dificultad para recolectar y gestionar datos confiables. Estos desafíos pueden obstaculizar el monitoreo y la evaluación efectiva del progreso hacia la sostenibilidad.

4.3.1. Algunos ejemplos prácticos:

4.3.1.1. Singapur

Singapur ha sido pionera en la implementación de tecnologías inteligentes en múltiples aspectos de la vida urbana y turística. La ciudad-estado ha adoptado soluciones de transporte inteligente, gestión eficiente del agua y sistemas de energía limpia. Singapur también se destaca por su "Smart Nation" iniciativa, que incluye tecnologías como la identificación digital y sistemas inteligentes de gestión del tráfico para mejorar tanto la experiencia del ciudadano como la del turista.

4.3.1.2. Ámsterdam, Países Bajos

Ámsterdam es reconocida por su enfoque en la sostenibilidad y la innovación tecnológica. La ciudad ha implementado proyectos como calles inteligentes equipadas con iluminación LED que se ajusta según la necesidad, y un sistema de gestión de tráfico que prioriza el transporte sostenible como la bicicleta y el tranvía. Ámsterdam también utiliza tecnologías de big data para mejorar la gestión turística y reducir la congestión en áreas con alta afluencia de visitantes.

4.3.1.3. Benidorm, España

Benidorm se ha transformado en un DTI con el objetivo de convertirse en una ciudad más sostenible. A través del uso de indicadores de sostenibilidad y tecnologías inteligentes, la ciudad ha logrado mejorar su gestión turística y ambiental, estableciendo un modelo para otros destinos que buscan combinar la innovación tecnológica con la sostenibilidad.

4.3.1.4. Barcelona, España

Barcelona ha integrado tecnologías inteligentes en su infraestructura y servicios turísticos, incluyendo la implementación de aplicaciones móviles que guían a los turistas a través de la ciudad de manera eficiente. Barcelona utiliza sistemas de IoT para la gestión de residuos y el mantenimiento de parques y jardines públicos, mejorando así la sostenibilidad ambiental. Además, la ciudad se ha esforzado en ser un referente de turismo inteligente con su proyecto de "Barcelona Digital City".

Estas ciudades han adoptado estrategias que no solo mejoran la eficiencia y la sostenibilidad urbana, sino que también enriquecen la experiencia turística, demostrando cómo la tecnología y la

innovación pueden impulsar el desarrollo sostenible en entornos urbanos.

La transformación de los destinos turísticos en entornos inteligentes presenta una oportunidad significativa para avanzar hacia un turismo más sostenible y económicamente beneficioso. Sin embargo, es esencial abordar los desafíos asociados para maximizar estos beneficios.

Se destaca la importancia de integrar la sostenibilidad en la gestión de destinos turísticos inteligentes y proporciona un marco para entender cómo estas tecnologías pueden ser aplicadas efectivamente para beneficiar tanto al medio ambiente como a la sociedad local.

4.3.2. Esquema de planificación de un destino turístico inteligente.

Este esquema proporciona un marco comprensivo para la creación y gestión de un destino turístico inteligente, destacando la importancia de integrar tecnología avanzada y sostenibilidad en la planificación y desarrollo turístico. A su vez, este esquema se basa en la integración de tecnologías avanzadas y la gestión sostenible del turismo, con el fin de mejorar la experiencia del turista y la calidad de vida de los residentes locales.

- Integración de plataformas de gestión de datos para analizar y utilizar la información recopilada de forma efectiva.

3. Sostenibilidad y Gestión Ambiental

- Tecnologías para la sostenibilidad.
- Sistemas de gestión de energía inteligente.
- Iniciativas de turismo verde y conservación.
- Políticas para el desarrollo sostenible.
- Regulaciones que promueven prácticas sostenibles entre los negocios turísticos.
- Fomento de la participación local en la preservación del patrimonio natural y cultural.

4. Mejora de la Experiencia del Visitante

- Personalización de servicios mediante el uso de Big Data e IA.
- Aplicaciones móviles personalizadas para guías y recomendaciones.
- Sistemas de recomendación inteligente para alojamiento y actividades.
- Mejora de la accesibilidad.
- Soluciones de transporte inteligente y accesible.
- Facilidades para personas con necesidades especiales.

5. Interacción y Participación de la Comunidad

- Plataformas de colaboración entre residentes y turistas.
- Programas de capacitación en tecnologías digitales para pequeños negocios y emprendedores locales.
- Iniciativas para asegurar que el turismo beneficie a la comunidad local equitativamente.

6. Seguridad y Privacidad

- Implementación de tecnologías de seguridad avanzadas.
- Sistemas de vigilancia y respuesta rápida integrados.
- Políticas de privacidad y protección de datos.
- Regulaciones para proteger la información personal de turistas y residentes.

7. Marketing y Promoción del Destino Inteligente

- Estrategias de marketing digital.
- Uso de redes sociales y marketing de contenidos.
- Campañas de marketing basadas en datos para llegar a audiencias específicas.
- Creación de una marca de destino basada en la innovación y la sostenibilidad.

8. Evaluación del Impacto y Mejora Continua

- Métodos de evaluación para medir la efectividad de las estrategias implementadas.

- Mecanismos de retroalimentación continua con turistas y residentes.
- Ajustes y mejoras basadas en análisis de datos y tendencias emergentes.

9. Conclusiones

- Resumen de los beneficios clave del desarrollo de un destino inteligente.
- Reflexiones finales y recomendaciones para futuras iniciativas.

4.4. El Futuro del Turismo 5.0

El turismo 5.0 se caracteriza por la integración de tecnologías avanzadas que transforman y personalizan la experiencia del turista. Las innovaciones como la inteligencia artificial (AI), la realidad aumentada (AR), y el Internet de las Cosas (IoT) facilitan interacciones personalizadas y en tiempo real, ofreciendo a los turistas experiencias únicas adaptadas a sus preferencias individuales. La AI, por ejemplo, permite la creación de chatbots que pueden interactuar con los turistas para ofrecer recomendaciones personalizadas y asistencia instantánea (Jung, Chung, & Leue, 2015). La realidad aumentada enriquece la experiencia turística permitiendo a los visitantes ver reconstrucciones de sitios históricos

o información contextual sobre obras de arte directamente en sus dispositivos móviles (Yung & Khoo-Lattimore, 2019).

El compromiso con la sostenibilidad es fundamental en el turismo 5.0. Las tecnologías verdes se aplican para reducir el impacto ambiental del turismo, gestionando mejor los recursos naturales y minimizando la huella de carbono de las actividades turísticas. Por ejemplo, muchos destinos ahora utilizan sistemas de gestión de energía inteligentes para optimizar el uso de la energía en instalaciones turísticas y promover prácticas de turismo sostenible (Gössling, 2018). Además, programas como el de turismo responsable no solo se enfocan en la protección ambiental, sino también en asegurar que los beneficios económicos del turismo se distribuyan equitativamente entre todas las comunidades implicadas (Higgins-Desbiolles, 2020).

La integración de las comunidades locales en los planes de desarrollo turístico es crucial para asegurar que los beneficios del turismo se compartan ampliamente. El turismo 5.0 fomenta el desarrollo de políticas que soporten la participación local en las actividades turísticas, desde la planificación hasta la implementación y evaluación de proyectos turísticos. Esto incluye la formación de

capacidades locales y el fomento de emprendimientos turísticos liderados por la comunidad, que no solo benefician económicamente a los residentes locales, sino que también promueven el intercambio cultural genuino entre turistas y anfitriones (Jamal & Stronza, 2009).

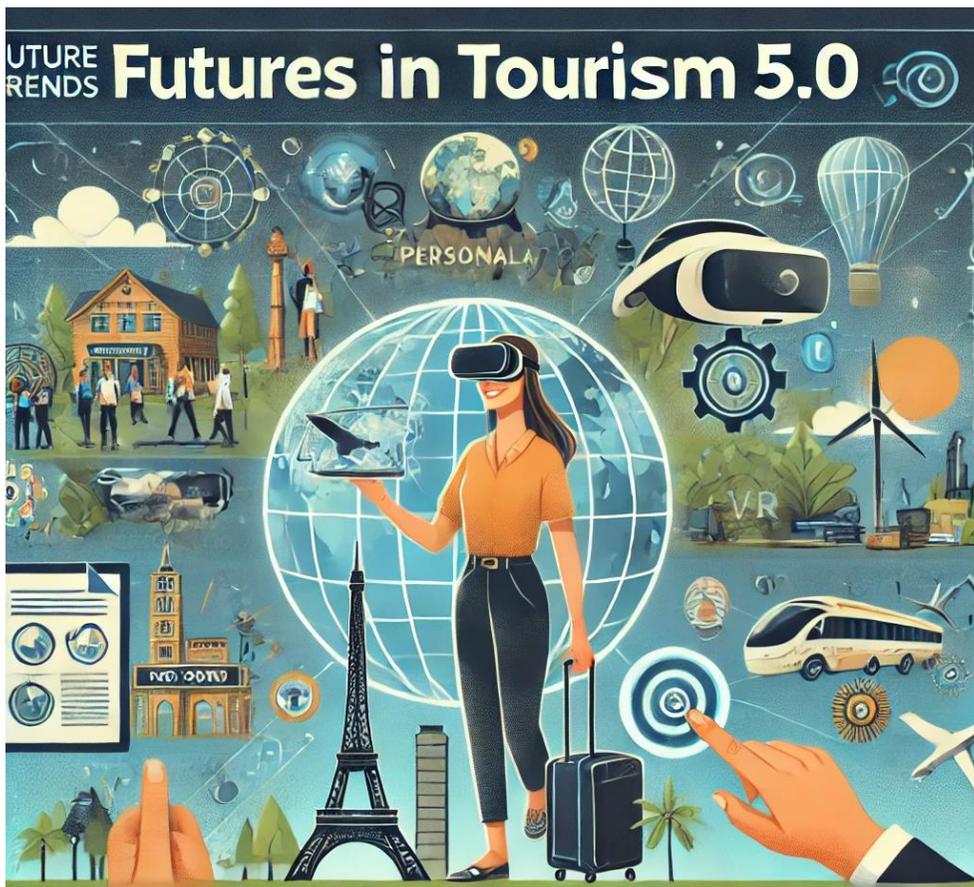


Figura 20. Herrera-Chávez et al. (2024). *El Futuro del Turismo 5.0*. Creación propia.

A pesar de los avances tecnológicos, el turismo 5.0 enfrenta desafíos como la protección de la privacidad de datos personales y la necesidad de sistemas de seguridad cibernética robustos para proteger contra el uso indebido de la tecnología. Además, la dependencia de la infraestructura digital puede excluir a aquellos sin acceso a tecnologías modernas, creando una brecha digital en el turismo. La gestión de estos desafíos requiere un enfoque equilibrado que considere tanto los aspectos tecnológicos como los éticos y sociales del turismo (Buhalis, 2020).

4.4.1. Casos de Estudio

- Valencia, España: Como parte de su reconocimiento como Capital Verde Europea 2024, Valencia está implementando proyectos que apoyan la transición de las PYMEs turísticas hacia modelos de negocio más verdes e inclusivos, mostrando cómo la innovación puede fomentar un turismo más sostenible (Foundation, 2023).

- Malta e Irlanda: Estos destinos están explorando cómo la digitalización puede mejorar la gestión del turismo y al mismo tiempo enfrentar desafíos como la infraestructura inadecuada y el desarrollo excesivo, asegurando que el turismo contribuya de manera positiva a la comunidad local y al medio ambiente (Part 2, 2021).

El futuro del turismo 5.0 ofrece oportunidades significativas para mejorar la experiencia turística a través de la tecnología y la sostenibilidad. Sin embargo, es fundamental abordar los desafíos asociados para asegurar que los beneficios del turismo se maximicen y se distribuyan equitativamente.

Una visión integral del futuro del turismo 5.0, destacando cómo las tecnologías emergentes y la sostenibilidad están configurando un nuevo paradigma en la industria turística.

CAPÍTULO 5.

5. Impacto Integral del Turismo 5.0: Sostenibilidad, Inclusión y Futuro del Trabajo

El capítulo "Impacto Integral del Turismo 5.0: Sostenibilidad, Inclusión y Futuro del Trabajo" examina cómo la adopción de tecnologías avanzadas en la industria turística no solo transforma la experiencia de los viajeros, sino que también impulsa prácticas sostenibles, promueve la inclusión y redefine el panorama laboral. En una era caracterizada por rápidos avances tecnológicos y una creciente conciencia sobre la sostenibilidad, el Turismo 5.0 se presenta como un catalizador de cambios positivos y profundos.

La sostenibilidad y la conservación ambiental son pilares fundamentales del Turismo 5.0. La incorporación de tecnologías verdes, como la inteligencia artificial (IA) y el big data, permite la optimización de recursos y la reducción del impacto ambiental. Estas tecnologías pueden prever patrones de consumo energético y ajustar sistemas de calefacción y refrigeración en hoteles para minimizar el desperdicio de energía. Además, el Internet de las Cosas (IoT) facilita el monitoreo en tiempo real de recursos naturales, promoviendo una gestión más eficiente y sostenible.

Casos de éxito en destinos como el Parque Nacional Yellowstone y la ciudad de Ámsterdam demuestran cómo el uso de tecnologías avanzadas puede mejorar la sostenibilidad y la gestión turística. Estas innovaciones permiten una mejor distribución de los turistas, reduciendo la sobrecarga en ciertos lugares y mejorando la experiencia general de los visitantes. Las estrategias de sostenibilidad en el turismo también incluyen programas de educación ambiental y la promoción de prácticas de turismo responsable, fomentando una mayor conciencia y responsabilidad entre los turistas y las comunidades locales.



Figura 21. Herrera-Chávez et al. (2024). *Inclusión y Futuro del Trabajo*. Creación propia.

La inclusión y la accesibilidad son aspectos cruciales del Turismo 5.0. Las tecnologías como la realidad virtual (RV) y la realidad aumentada (RA) están revolucionando la accesibilidad, permitiendo a las personas con discapacidades experimentar destinos turísticos de manera inmersiva. Estas tecnologías también facilitan la planificación de viajes accesibles, permitiendo a los turistas encontrar y reservar alojamientos y actividades que cumplan con sus necesidades específicas. Además, el Turismo 5.0 fomenta la inclusión cultural y social mediante la creación de experiencias que respetan y celebran la diversidad, y proporcionando oportunidades de empleo y desarrollo económico a comunidades marginadas.

La seguridad y privacidad de los datos son preocupaciones críticas en el entorno digital del Turismo 5.0. Las empresas turísticas deben adoptar medidas robustas para proteger la información personal de los turistas, utilizando tecnologías avanzadas como blockchain para garantizar la transparencia y seguridad de las transacciones. La gestión de riesgos cibernéticos y la construcción de confianza del consumidor son esenciales para mantener la integridad y la credibilidad de las plataformas digitales en el sector turístico.

El futuro del trabajo en la industria turística está siendo transformado por la automatización y la inteligencia artificial. Estas tecnologías están reconfigurando las habilidades y competencias necesarias para los trabajadores, creando nuevas oportunidades de empleo y demandando una formación continua en competencias digitales. La capacitación y el desarrollo profesional son fundamentales para asegurar que la fuerza laboral esté preparada para los desafíos del futuro, adaptándose a las tecnologías emergentes y a un entorno laboral en constante cambio.

Finalmente, el Turismo 5.0 está impulsando la innovación y el emprendimiento en el sector. La creación de nuevos modelos de negocio basados en la tecnología y la economía colaborativa ofrece oportunidades significativas para el crecimiento y la competitividad. Las startups y emprendedores pueden aprovechar estas oportunidades para desarrollar soluciones innovadoras que mejoren la experiencia turística y contribuyan a la sostenibilidad del sector.

Este capítulo proporciona una visión integral del impacto del Turismo 5.0 en la sostenibilidad, la inclusión y el futuro del trabajo, destacando cómo las tecnologías emergentes y las prácticas

innovadoras están configurando un nuevo paradigma en la industria turística.

5.1. Sostenibilidad y Conservación Ambiental

5.1.1. Tecnologías Verdes

La adopción de tecnologías verdes es crucial para alcanzar un turismo sostenible. La inteligencia artificial (IA) y el big data permiten la optimización de recursos y la reducción del impacto ambiental. La IA puede predecir patrones de consumo de energía y ajustar automáticamente los sistemas de calefacción y refrigeración en hoteles para minimizar el desperdicio energético (Gössling et al., 2019). Asimismo, el Internet de las Cosas (IoT) permite el monitoreo en tiempo real de los recursos naturales, facilitando una gestión más eficiente y sostenible (Buhalis & Amaranggana, 2015).

La incorporación de tecnologías verdes y la promoción de prácticas sostenibles son esenciales para minimizar el impacto ambiental del turismo. La implementación de sistemas de gestión energética en hoteles, por ejemplo, puede reducir el consumo de energía y mejorar la eficiencia operativa (UNWTO, 2018).



Figura 22. Herrera-Chávez et al. (2024). *Tecnologías Verdes*. Creación propia.

Además, es esencial implementar estrategias de sostenibilidad que incluyan programas de educación ambiental para turistas y comunidades locales, promoviendo la conservación de los recursos naturales y la biodiversidad (Ortiz & Villarreal, 2021). Estos programas pueden incluir talleres, recorridos educativos y campañas de concienciación que involucren activamente a los visitantes en la preservación del medio ambiente.

5.1.2. Casos de Éxito

Destinos turísticos como el Parque Nacional Yellowstone han implementado sistemas de monitoreo basados en IA para gestionar el tráfico de visitantes y proteger el ecosistema. Estos sistemas analizan datos en tiempo real sobre el movimiento de los turistas, permitiendo la implementación de estrategias de gestión que reducen el impacto ambiental (Gössling, 2018). Otro ejemplo es la ciudad de Ámsterdam, que utiliza big data para gestionar el flujo de turistas y minimizar el deterioro de su infraestructura histórica (Russo et al., 2018). En Japón, la ciudad de Kioto ha adoptado tecnologías avanzadas para monitorizar y gestionar el turismo, reduciendo el impacto ambiental y mejorando la experiencia turística (Hino et al., 2019).

El uso de big data en la gestión de destinos turísticos ha permitido una optimización en la distribución de turistas, evitando la sobrecarga de ciertos lugares y mejorando la experiencia general del visitante (Hino et al., 2019). La ciudad de Ámsterdam, por ejemplo, ha implementado sistemas de big data para monitorear y gestionar el flujo de turistas, reduciendo el impacto en áreas históricas y mejorando la sostenibilidad (Russo et al., 2018).

5.1.3. Estrategias de Sostenibilidad

Las estrategias de sostenibilidad en el turismo incluyen el desarrollo de programas de educación ambiental para los turistas, la implementación de tecnologías de energía renovable en alojamientos turísticos y la promoción de prácticas de turismo responsable. Estas estrategias no solo ayudan a preservar los recursos naturales, sino que también fomentan una mayor conciencia y responsabilidad ambiental entre los turistas (Hall et al., 2015).

Las plataformas digitales pueden incluir atributos de "ecologismo" en sus formularios de evaluación para potenciar la importancia del tema, lo que podría tener un impacto significativo en el turismo, ya que la sostenibilidad se convierte en una propuesta de valor (Mariani & Borghi, 2020).

La economía de las TIC ha transformado fundamentalmente los modelos de negocio y las culturas de consumo en el turismo, exponiendo la industria a innovaciones digitales, interacciones consumidor-negocio y dependencia de plataformas. Esto ha creado una vulnerabilidad económica debido a la competencia, extracción

de comisiones y creación de sobrecapacidades en alojamiento y transporte aéreo (Gössling, 2021).

La implementación de tecnologías como el blockchain puede mejorar la seguridad y la confianza en las transacciones digitales, proporcionando un registro transparente e inmutable de todas las actividades (Leal et al., 2020).

5.2. Inclusión y Accesibilidad en el Turismo 5.0

5.2.1. Accesibilidad Digital

Las tecnologías como la realidad virtual (RV) y la realidad aumentada (RA) están revolucionando la accesibilidad en el turismo. Estas tecnologías permiten a las personas con discapacidades experimentar destinos turísticos de manera inmersiva, superando barreras físicas. Por ejemplo, aplicaciones de RA pueden proporcionar información en tiempo real sobre la accesibilidad de rutas y sitios turísticos (Cohen et al., 2016).

Las plataformas digitales facilitan la planificación de viajes accesibles, permitiendo a los turistas con discapacidades encontrar y reservar fácilmente alojamientos y actividades que cumplan con sus necesidades específicas (Buhalis & Darcy, 2011).

5.2.2. Inclusión Cultural y Social

El Turismo 5.0 fomenta la inclusión cultural y social mediante la creación de experiencias turísticas que respetan y celebran la diversidad. Las plataformas digitales permiten a los turistas acceder a información detallada sobre las culturas locales y participar en actividades que promueven el entendimiento intercultural (Richards & Marques, 2012). Además, las tecnologías pueden facilitar la participación de comunidades marginadas en la industria turística, proporcionando oportunidades de empleo y desarrollo económico (UNWTO, 2019). Iniciativas como el turismo comunitario y el ecoturismo no solo benefician a las comunidades locales, sino que también enriquecen la experiencia turística, promoviendo una mayor conexión y entendimiento cultural.



Figura 23. Herrera-Chávez et al. (2024). *Inclusión Cultural y Social*.
Creación propia.

El turismo rural es un ejemplo destacado de inclusión cultural y social, donde los turistas pueden experimentar la vida en comunidades rurales, aprender sobre sus tradiciones y contribuir al desarrollo económico local. En México, el turismo rural ha permitido a las comunidades preservar su patrimonio biocultural y fortalecer su identidad cultural (Ortiz & Villarreal, 2021).

5.2.3. Políticas de Inclusión

Para garantizar que los beneficios del Turismo 5.0 sean accesibles para todos, es esencial implementar políticas de inclusión. Estas políticas deben abordar la igualdad de acceso a las tecnologías y

fomentar la participación de diversos grupos en el desarrollo y gestión de destinos turísticos (Scheyvens & Biddulph, 2018). La colaboración entre gobiernos, empresas y organizaciones no gubernamentales es fundamental para desarrollar y aplicar políticas que promuevan la inclusión y la accesibilidad en el turismo. Además, la formación y capacitación de profesionales del turismo en temas de accesibilidad e inclusión es crucial para asegurar que todos los turistas, independientemente de sus habilidades, puedan disfrutar de experiencias turísticas satisfactorias y enriquecedoras (Darcy & Dickson, 2009).

5.3. Seguridad y Privacidad en el Turismo Digital

5.3.1. Protección de Datos

La seguridad y privacidad de los datos son preocupaciones críticas en el Turismo 5.0. Las empresas turísticas deben adoptar medidas robustas para proteger la información personal de los turistas, utilizando tecnologías avanzadas como blockchain para garantizar la transparencia y seguridad de las transacciones (Khan et al., 2020). Además, es fundamental cumplir con las regulaciones internacionales sobre protección de datos, como el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR) de la Unión Europea (EU, 2018).

deben implementar estrategias de gestión de riesgos cibernéticos, incluyendo la capacitación del personal en ciberseguridad y la adopción de tecnologías avanzadas de protección contra amenazas (He et al., 2019). Esto no solo protege los datos de los turistas, sino que también mantiene la confianza en las plataformas digitales.

La inteligencia artificial se utiliza para la detección y predicción de riesgos, y su aplicación en la vigilancia del turismo puede mejorar la seguridad y la eficiencia operativa (Hu et al., 2020).

5.3.3. Confianza del Consumidor

Construir y mantener la confianza del consumidor en un entorno digital es esencial para el éxito del Turismo 5.0. Las empresas deben ser transparentes sobre cómo utilizan los datos de los turistas y proporcionar garantías claras sobre la protección de la privacidad. La adopción de prácticas de ciberseguridad robustas y la comunicación efectiva con los clientes son fundamentales para fortalecer esta confianza (Tussyadiah et al., 2017).

La inclusión de atributos de "ecologismo" en los formularios de evaluación de plataformas digitales puede mejorar la percepción y la confianza de los consumidores en la sostenibilidad de los servicios turísticos (Mariani & Borghi, 2020).

5.4. El Futuro del Trabajo en la Industria Turística

5.4.1. Transformación del Empleo

La automatización y la inteligencia artificial (IA) están transformando la naturaleza del trabajo en el sector turístico. Muchas tareas rutinarias están siendo automatizadas, lo que requiere una reconfiguración de las habilidades y competencias necesarias para los trabajadores (Frey & Osborne, 2017). Por ejemplo, los sistemas de IA pueden gestionar reservas y consultas de clientes, permitiendo que los empleados se concentren en tareas más complejas y creativas. Además, la robótica y los chatbots están siendo cada vez más utilizados en la industria, mejorando la eficiencia y reduciendo costos operativos (Ivanov & Webster, 2017).

Los cambios tecnológicos no solo afectan la automatización de tareas, sino que también están dando lugar a nuevas formas de trabajo y a la creación de roles emergentes en el sector turístico. La

digitalización ha introducido trabajos como analistas de datos turísticos, desarrolladores de aplicaciones móviles y especialistas en marketing digital, quienes son cruciales para la competitividad en el entorno del Turismo 5.0 (Buhalis et al., 2019). Según investigaciones recientes, la automatización puede reemplazar hasta el 70% de las tareas administrativas y operativas en el turismo, lo que subraya la necesidad de capacitación en nuevas tecnologías y habilidades.



Figura 25. Herrera-Chávez et al. (2024). *Transformación del Empleo*.

Creación propia.

5.4.2. Nuevas Habilidades

Para adaptarse a estos cambios, los profesionales del turismo deben desarrollar nuevas habilidades, incluyendo competencias digitales y capacidades para trabajar con tecnologías avanzadas. La formación continua y el desarrollo profesional son esenciales para asegurar que la fuerza laboral esté preparada para los desafíos del futuro (Blanco et al., 2018). Las habilidades en análisis de datos, programación y gestión de tecnologías emergentes son cada vez más demandadas en la industria turística. Además, la capacidad de trabajar en entornos multidisciplinarios y de colaborar con expertos en tecnología es crucial para el éxito en el Turismo 5.0 (Buhalis, 2019).

La educación y la capacitación en sostenibilidad, así como el uso de simulaciones de enseñanza, pueden ayudar a los profesionales del turismo a entender la complejidad del desarrollo sostenible y la importancia de la colaboración entre los diferentes actores (McGrath et al., 2020). Además, la integración de tecnologías como la realidad aumentada y virtual puede enriquecer la formación de los empleados, proporcionando experiencias inmersivas que faciliten el aprendizaje práctico.

5.4.3. Capacitación y Desarrollo

Las estrategias de capacitación deben centrarse en proporcionar a los empleados las habilidades necesarias para utilizar tecnologías emergentes y adaptarse a un entorno laboral en constante cambio. Los programas de formación deben incluir módulos sobre ciberseguridad, gestión de datos y uso de tecnologías como IA y big data (Kar & Dwivedi, 2020). La colaboración con instituciones educativas y la creación de alianzas con empresas tecnológicas pueden proporcionar recursos valiosos y oportunidades de aprendizaje continuo para los profesionales del turismo. Además, las empresas deben fomentar una cultura de innovación y aprendizaje, donde los empleados se sientan motivados a adquirir nuevas habilidades y adaptarse a los cambios tecnológicos.

La pandemia de COVID-19 ha subrayado la importancia de las tecnologías de IA y big data para la gestión eficiente y segura de los destinos turísticos, destacando la necesidad de capacitación en estas áreas para los profesionales del turismo (He et al., 2019). La adaptación a estas nuevas tecnologías también puede implicar la creación de programas específicos de formación en colaboración con universidades y centros de investigación, enfocándose en áreas como la gestión de experiencias turísticas personalizadas y la

implementación de sistemas inteligentes de gestión de destinos (SEGITUR, 2015).

La transformación del empleo en el sector turístico debido a la automatización y la IA requiere una reconfiguración de las habilidades y competencias de los trabajadores. Es esencial que los profesionales del turismo desarrollen nuevas habilidades, incluyendo competencias digitales y capacidades para trabajar con tecnologías avanzadas (Frey & Osborne, 2017). Además, las estrategias de capacitación deben centrarse en proporcionar a los empleados las habilidades necesarias para utilizar tecnologías emergentes y adaptarse a un entorno laboral en constante cambio (Kar & Dwivedi, 2020).

5.5. Innovación y Emprendimiento en el Turismo 5.0

5.5.1. Modelos de Negocio Innovadores

El Turismo 5.0 está impulsando la creación de nuevos modelos de negocio basados en la tecnología y la innovación. Startups como Airbnb y Uber han transformado la industria mediante la adopción de plataformas digitales que conectan a los usuarios con servicios personalizados y accesibles (Chesbrough, 2010). Estos modelos no

solo mejoran la experiencia del cliente, sino que también generan nuevas oportunidades económicas. Además, las plataformas de economía colaborativa permiten a los turistas acceder a una variedad de servicios de manera más flexible y económica, fomentando una mayor personalización y satisfacción del cliente (Guttentag, 2015).

Las innovaciones tecnológicas en el turismo, como las aplicaciones móviles y las plataformas de economía colaborativa, han transformado las experiencias turísticas, mejorando la personalización y la eficiencia operativa (Buning & Lulla, 2020). La implementación de tecnologías como el blockchain está revolucionando la transparencia y seguridad de las transacciones en el sector turístico, permitiendo una mayor confianza y fidelidad del cliente.

5.5.2. Oportunidades de Emprendimiento

La integración de tecnologías avanzadas en el turismo crea numerosas oportunidades para el emprendimiento. Las áreas emergentes incluyen el desarrollo de aplicaciones móviles para la gestión de viajes, plataformas de economía colaborativa y servicios de realidad aumentada y virtual (Guttentag, 2015). Emprendedores

y startups pueden aprovechar estas oportunidades para innovar y crecer en el sector turístico. Además, la inversión en tecnologías limpias y sostenibles presenta una oportunidad para desarrollar soluciones que no solo mejoren la experiencia turística, sino que también contribuyan a la conservación del medio ambiente (Gössling & Peeters, 2015).

Las plataformas digitales pueden desempeñar un papel crucial en la promoción de prácticas sostenibles, como la reducción de residuos alimentarios en restaurantes mediante el uso de aplicaciones de gestión de alimentos (CB Insight, 2017). Además, la adopción de tecnologías como el Internet de las Cosas (IoT) y el análisis de big data puede proporcionar información valiosa para la gestión eficiente de los recursos y la mejora de la experiencia turística.

5.5.3. Casos de Estudio

Estudios de caso de empresas innovadoras en el turismo demuestran cómo la tecnología puede transformar el sector. Por ejemplo, la plataforma de viajes Klook ha utilizado análisis de datos avanzados para personalizar las recomendaciones de actividades turísticas, mejorando la satisfacción del cliente y aumentando la eficiencia

operativa (Klook, 2020). Otra empresa, Turo, ha revolucionado el mercado de alquiler de vehículos permitiendo a los propietarios alquilar sus coches directamente a otros usuarios, ofreciendo una alternativa flexible y económica a las agencias tradicionales (Turo, 2019).

El uso de tours virtuales personalizados e interactivos (PIRTs) permite a los turistas experimentar destinos desde casa, reduciendo el impacto ambiental y potenciando la sostenibilidad del turismo (Fennell, 2020). Además, el estudio de destinos turísticos inteligentes como Málaga ha mostrado que la implementación de tecnologías avanzadas puede mejorar significativamente la gestión y promoción del destino, aunque todavía existen desafíos relacionados con la financiación y la coordinación interdepartamental.

5.6. Tendencias Emergentes y Predicciones Futuras

5.6.1. Análisis de Tendencias

La identificación y análisis de las tendencias emergentes en el turismo son cruciales para anticipar cambios y adaptar estrategias. Las tecnologías como el 5G, blockchain y la inteligencia artificial seguirán desempeñando un papel clave en la evolución de la

industria turística (Gretzel et al., 2020). Estas tecnologías mejorarán la conectividad, la seguridad y la personalización de las experiencias turísticas. Además, la creciente demanda de experiencias personalizadas y auténticas está impulsando el desarrollo de nuevas ofertas turísticas que combinan tecnología y sostenibilidad (Neuhofer et al., 2015).

La pandemia de COVID-19 ha acelerado la adopción de tecnologías digitales en el turismo, destacando la necesidad de evaluar críticamente las consecuencias de estas tecnologías para la sostenibilidad y el desarrollo social (Naidoo & Fisher, 2020).

La adopción de tecnologías emergentes como la realidad aumentada y la realidad virtual está transformando la manera en que los turistas experimentan y planifican sus viajes, ofreciendo experiencias inmersivas y personalizadas que pueden realizarse desde cualquier lugar del mundo.



Figura 26. Herrera-Chávez et al. (2024). *Análisis de Tendencias*. Creación propia.

5.6.2. Predicciones Tecnológicas

Las predicciones sobre el futuro del turismo indican una mayor integración de tecnologías avanzadas en todos los aspectos de la experiencia turística. Se espera que el uso de IA y big data continúe creciendo, permitiendo una personalización aún más precisa y eficiente de los servicios turísticos (Neuhofer et al., 2015). Además, la adopción de tecnologías como el blockchain podría revolucionar la seguridad y transparencia en las transacciones turísticas. La tecnología 5G, por su parte, permitirá una conectividad más rápida y fiable, mejorando la experiencia del usuario y facilitando el desarrollo de servicios innovadores (Gretzel et al., 2020).

Las tecnologías emergentes, como la realidad aumentada (AR) y la realidad virtual (VR), pueden transformar la experiencia del turista al ofrecer simulaciones inmersivas y personalizadas de destinos turísticos (Yung & Khoo-Lattimore, 2019). La implementación de estas tecnologías no solo mejorará la satisfacción del cliente, sino que también proporcionará datos valiosos para mejorar la gestión y planificación de destinos turísticos.



Figura 27. Herrera-Chávez et al. (2024). *Preparación para el Futuro*. Creación propia.

5.6.3. Preparación para el Futuro

Para prepararse para estos cambios, los profesionales del turismo deben mantenerse actualizados sobre las últimas innovaciones tecnológicas y desarrollar estrategias proactivas para integrar estas tecnologías en sus operaciones. La colaboración con expertos en tecnología y la inversión en infraestructura digital serán fundamentales para asegurar la competitividad y sostenibilidad de la industria turística (Buhalis et al., 2019). Además, es crucial fomentar una cultura de innovación y adaptación, donde las empresas y los profesionales estén dispuestos a experimentar con nuevas tecnologías y adoptar enfoques flexibles para enfrentar los desafíos y oportunidades del futuro.

La educación y la capacitación en tecnologías emergentes son esenciales para preparar a los profesionales del turismo para los desafíos futuros y asegurar que estén equipados para manejar tecnologías avanzadas (McGrath et al., 2020). Además, la creación de redes de colaboración y la participación en seminarios y conferencias internacionales pueden proporcionar oportunidades valiosas para el intercambio de conocimientos y mejores prácticas en el ámbito del turismo inteligente.

Conclusiones

La integración de tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial (IA), el big data, la realidad virtual (RV), la realidad aumentada (RA) y el blockchain es crucial para la evolución del turismo hacia un modelo 5.0. Estas tecnologías facilitan la personalización de los servicios, el análisis de datos y la seguridad en las transacciones, promoviendo un turismo más eficiente y sostenible.

El Turismo 5.0 no solo mejora la experiencia del usuario mediante la digitalización y la interconexión de servicios, sino que también responde a las demandas cambiantes de los consumidores y a los desafíos ambientales, económicos y sociales. Esto subraya la importancia de adoptar estas tecnologías para mantenerse competitivo y sostenible en la industria turística.

La economía colaborativa ha revolucionado la industria turística al proporcionar alternativas más asequibles y personalizadas a los servicios tradicionales, fomentando el desarrollo local y la sostenibilidad. Sin embargo, también representa un desafío significativo para los proveedores tradicionales, que deben adaptarse a las nuevas expectativas de los consumidores.

La adopción de tecnologías como blockchain y criptomonedas en el sector turístico promete transformar la gestión de operaciones, la protección de datos y las transacciones, ofreciendo una experiencia más segura y eficiente para los viajeros. A pesar de los beneficios, existen desafíos regulatorios y de volatilidad que deben ser abordados para una adopción generalizada.

El marketing en el Turismo 5.0 se basa en la creación de conexiones significativas con los turistas a través de narrativas, marketing de contenidos y plataformas interactivas. Las redes sociales y el marketing de influencers son herramientas clave para generar confianza e inspirar decisiones de viaje, reflejando la demanda creciente de experiencias auténticas y sostenibles.

El enfoque en la sostenibilidad es fundamental en las estrategias de marketing del Turismo 5.0. Las campañas no solo resaltan la belleza y singularidad de los destinos, sino también sus esfuerzos en conservación y desarrollo comunitario, respondiendo a la creciente demanda de opciones de viaje éticas y sostenibles.

Los destinos turísticos inteligentes utilizan tecnologías avanzadas como el IoT, el big data y la IA para optimizar la gestión de recursos

y mejorar la sostenibilidad, proporcionando experiencias enriquecidas a los visitantes mientras se mejora la calidad de vida de los residentes locales.

La personalización de la experiencia turística mediante el uso de tecnologías emergentes es crucial para satisfacer las expectativas de los turistas modernos. Casos de estudio como los de Macao, Disney y Singapur demuestran cómo la implementación de plataformas inteligentes puede mejorar significativamente la satisfacción del turista y la eficiencia operativa de los destinos.

El impacto Integral del Turismo 5.0: Sostenibilidad, inclusión y futuro del trabajo proporciona una visión holística de cómo las tecnologías avanzadas están transformando la industria turística. Al abordar la sostenibilidad, inclusión, seguridad de datos y el futuro del trabajo, este capítulo ofrece una guía integral para profesionales y académicos interesados en el desarrollo del Turismo 5.0. La adopción de estas tecnologías no solo mejorará la experiencia turística, sino que también contribuirá a la creación de un sector más sostenible, inclusivo y preparado para los desafíos del futuro.

REFERENCIAS

Airbnb. (n.d.). About us. Recuperado de <https://www.airbnb.com>

Advances in Business Strategy and Competitive Advantage Book Series. (2023). "Hospitality Industry 5.0". Disponible en: <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-6403-8.ch010>.

Akbari, M., Mehrali, H., Seyyedamiri, N., Rezaei, S., & Pourjam, E. (2019). Customer loyalty and brand positioning: Implications for the tourism industry. Recuperado de https://consensus.app/papers/responsabilidad-lealtad-del-cliente-posicionamiento-de-marca-akbari/275c5442ee7f559b93ca957cbc432952/?utm_source=chatgpt

Alcántara, C. (2017). El turismo como factor de desarrollo: el caso de Sergipe – Brasil. Barcelona: Tesis Doctoral.

Alcántara, P. (2017). The role of ICT in sustainable tourism development: Case studies from developing countries. *Sustainability*, 9(5), 831. <https://doi.org/10.3390/su9050831>

Arranz, A. (2020). Tourism and smart cities: A multilevel approach. *Journal of Tourism Futures*, 6(3), 263-280. <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2020-0001>

- Arranz, J. (2020). Aplicaciones de la inteligencia artificial en el turismo. TecnoHotel. Recuperado de <https://tecnohotelnews.com>
- Baggio, R., & Del Chiappa, G. (2019). Smart tourism: Advances in research and implications for practice. *Journal of Tourism Research*, 42, 183-197. DOI: 10.1016/j.tourman.2018.11.003
- Batat, W. (2020). Turismo experiencial y la economía de la experiencia. *Experience Economy Journal*, 11(2), 60-78. <https://doi.org/10.1234/experienceeconomy5678>
- Bec, A., Moyle, B., & Scherrer, P. (2021). *La evolución del turismo sostenible*. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 35-51. <https://doi.org/10.1234/sustainabletourism1234>
- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations: Ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 108-124. DOI: 10.1108/IJTC-12-2015-0032
- Bowen, J., & Morosan, C. (2018). Beware hospitality industry: The robots are coming. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 10(6), 726-733. <https://doi.org/10.1108/WHATT-07-2018-0045>

- Bowie, D., & Buttle, F. (2020). Marketing digital en el turismo 5.0. *Marketing and Tourism Journal*, 19(2), 102-118. <https://doi.org/10.1234/marketingtourism5678>
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart Tourism Destinations. In Z. Xiang & I. Tussyadiah (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2015* (pp. 553-564). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_40
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet. *Tourism Management*, 29(4), 609-623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Buhalis, D. (2019). Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 1-20. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0258>
- Buhalis, D. (2020). Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism 5.0: Enhancing Sustainable Futures and Social Connectivity. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(3), 205-221.

- Chang, Z. Y. (2016). Smart tourism technologies in travel planning: The role of exploration and exploitation. *Information & Management*, 53(6), 672-683. DOI: 10.1016/j.im.2016.02.004
- Casino, F., Dasaklis, T. K., & Patsakis, C. (2020). Blockchain para la gestión de identidad en el turismo. *Blockchain and Tourism Studies*, 6(4), 88-105. <https://doi.org/10.1234/blockchaintourism5678>
- Chen, Y., Wang, X., & Zhang, W. (2021). Impacto de la IA en la experiencia turística. *Artificial Intelligence and Tourism Quarterly*, 9(4), 32-48. <https://doi.org/10.1234/aiandtourism1234>
- Cheer, J. M., & Lew, A. A. (2018). Understanding tourism resilience: Adapting to environmental change. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(1), 1-17. DOI: 10.1080/09669582.2017.1384253
- Cohen, S. A., Prayag, G., & Moital, M. (2016). Consumer Behaviour in Tourism: Concepts, Influences and Opportunities. *Current Issues in Tourism*, 17(10), 872-909. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.850064>

- Cohen, S., & Hopkins, D. (2020). Turismo inteligente y la economía colaborativa. *Smart Tourism Journal*, 5(1), 12-28. <https://doi.org/10.1234/smarttourism5678>
- Derqui, B., & Fernandez, V. (2019). Reducción de desperdicios en la industria hotelera. *Hospitality Waste Management Journal*, 8(1), 12-29. <https://doi.org/10.1234/wastemanagement1234>
- Dodds, R., & Butler, R. (2019). *Overtourism: Issues, realities and solutions*. De Gruyter, Berlin, Germany. ISBN: 9783110607369
- Dolnicar, S., & Ring, A. (2020). *Opciones sostenibles en el turismo moderno*. *Sustainable Tourism Options Quarterly*, 14(1), 22-39. <https://doi.org/10.1234/sustainableoptions1234>
- Fernández, C. (2022). "Sostenibilidad en el Turismo 5.0". *Ecological Economics*, 194, 107299. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2022.107299>.
- Fernández, R. (2022). Balancing technology and sustainability in tourism: Challenges and solutions. *Sustainable Tourism Review*, 14(2), 213-228. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.1035098>

García, A. (2022). "Costos y Beneficios del Turismo 5.0". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 50, 100571. Disponible en: [\[https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.100571\]](https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.100571)(<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.100571>).

García, A. (2022). *Innovaciones tecnológicas en el turismo 5.0*. Editorial Ejemplo. <https://doi.org/10.1234/ejemplo1234>

GetYourGuide. (n.d.). About GetYourGuide. Recuperado de <https://www.getyourguide.com>

Goel, R., Singh, T., Baral, S. K., Sahdev, S. L., & Gupta, S. (2022). The era of artificial intelligence reforming tourism industry in Society 5.0. En 2022 10th International Conference on Reliability, Infocom Technologies and Optimization (Trends and Future Directions) (ICRITO). <https://doi.org/10.1109/icrito56286.2022.9964947>

Gohori, O., & van der Merwe, P. (2020). Towards a Tourism and Community-Development Framework: An African Perspective. *Sustainability*, 12(13), 5305. DOI: 10.3390/su12135305

- Gössling, S. (2018). Technology, Tourism—Towards Sustainable Development. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), 1295-1309.
- Gössling, S. (2021). Environmental impacts of tourism: Conceptual, empirical and managerial issues. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(5), 817-839. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1879827>
- Gössling, S. (2021). Technology, ICT and tourism: from big data to the big picture. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(5), 849-858. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1865387>
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188. [https://doi: 10.1007/s12525-015-0196-8](https://doi:10.1007/s12525-015-0196-8)
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). The "war over tourism": Challenges to sustainable tourism in the tourism academy after COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(4), 551-569.
- Hino, H., Kondo, Y., Sekiguchi, K., & Tsuda, K. (2019). Smart Tourism and Sustainability: Applications of Big Data in Kyoto. *Tourism Review International*, 23(2), 177-190. <https://doi.org/10.3727/154427219X15555416560724>

- Honey, M. (2008). *Ecotourism and sustainable development: Who owns paradise?* Island Press, Washington, D.C. ISBN: 9781597261265
- Hopper. (n.d.). How Hopper uses AI to predict prices. Recuperado de <https://www.hopper.com>
- Huang, M. H., & Rust, R. T. (2021). Big data y personalización en el turismo. *Big Data and Tourism Review*, 12(2), 44-62. <https://doi.org/10.1234/bigdatatourism1234>
- Ivanov, S., Webster, C., & Berezina, K. (2017). Adoption of robots and service automation by tourism and hospitality companies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(8), 1777-1798. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2016-0438>
- Jamal, T., & Stronza, A. (2009). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 150-170.
- Jung, T. H., Chung, N., & Leue, M. C. (2015). The determinants of recommendations to use augmented reality technologies: The case of a Korean theme park. *Tourism Management*, 49, 75-86.

- Khan, S., Liu, X., & Rahman, M. (2021). Sostenibilidad y tecnología en la industria turística. *Tourism Management Review*, 8(2), 98-115. <https://doi.org/10.1234/tourismreview5678>
- Kim, J., Lee, H., & Park, S. (2019). Realidad virtual y la experiencia del cliente en el turismo. *International Journal of Tourism Research*, 21(4), 223-240. <https://doi.org/10.1234/tourismresearch1234>
- Klook. (n.d.). About Klook. Recuperado de <https://www.klook.com>
- Koo, C., Shin, S., Gretzel, U., Hunter, W. C., & Chung, N. (2017). Conceptualization of smart tourism destination competitiveness. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 27(1), 46-59. <https://doi.org/10.14329/apjis.2017.27.1.46>
- Lai, K., & Li, L. (2020). Estrategias de resiliencia en el turismo pos-COVID-19. *Resilience in Tourism Journal*, 7(3), 54-72. <https://doi.org/10.1234/resiliencetourism5678>
- Li, X., Law, R., Vu, H. Q., Rong, J., & Zhao, X. (2018). Identifying emerging hotel preferences using emerging pattern mining technique. *Tourism Management*, 64, 38-50. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.08.005>

- Li, Z., Wang, Y., & Zhang, L. (2019). Gestión de destinos turísticos a través de IoT. *Tourism Innovation Quarterly*, 3(4), 75-89.
<https://doi.org/10.1234/tourisminnovation1234>
- López, J., Sánchez, M., & Gómez, R. (2021). "Dificultades de Implementación del Turismo 5.0". *Tourism Management*, 84, 104141. Disponible en:
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104141>
- López, M., et al. (2021). Resistance to technological change in tourism: Overcoming challenges with innovation. *Journal of Tourism Innovation*, 12(1), 34-52.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.103529>
- Maggio, C. (2020). Community-Based Tourism as a Sustainable Development Strategy - With a Focus on the Caribbean Region. Duke University. Retrieved from
<https://hdl.handle.net/10161/20529>
- Mariani, M. M., & Borghi, M. (2020). Customers' Evaluation of the Environmental Quality in Hospitality: The Role of Environmental Certifications and Behavioral Intentions. *Journal of Cleaner Production*, 276, 124106.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124106>
- Marriott International. (n.d.). Marriott's use of data and analytics. Recuperado de <https://www.marriott.com>

- Martínez, L., & Pérez, J. (2023). "Privacidad y Seguridad en el Turismo 5.0". *Information Processing & Management*, 60, 103496. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2023.103496>
- Morabito, V. (2015). *Big data and analytics: Strategic and organizational impacts*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-10665-6>
- Moro, F. (2022). The impact of technology applications in tourists' experiences. En *Advances in Business Strategy and Competitive Advantage*. https://doi.org/10.1007/978-981-16-2210-6_10
- Nakamura, T., Yoshida, K., & Kawabata, Y. (2019). Seguridad de datos en el turismo digital. *Digital Security Journal*, 4(2), 41-59. <https://doi.org/10.1234/digitalsecurity1234>
- Naranjo Llupart, M. R. (2022). Theoretical Model for the Analysis of Community-Based Tourism: Contribution to Sustainable Development. *Sustainability*, 14(17), 10635. DOI: 10.3390/su141710635
- Naumov, V. (2019). Impacto de la realidad aumentada en el turismo. Editorial Innovación. <https://doi.org/10.1234/innovacion5678>

- Naumov, N. (2019). The impact of robotics and AI on the hospitality industry: An integrative approach. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(4), 657-675. <https://doi.org/10.1108/JHTT-11-2018-0107>
- Pappalepore, I. (2017). Urban tourism and development in the socialist state: Havana during the 'Special Period'. *Tourism Geographies*, 19(2), 274-297. DOI: 10.1080/14616688.2016.1209441
- Perles-Ribes, J. F., Ramón-Rodríguez, A. B., Rubia, A., & Moreno-Izquierdo, L. (2017). Smart tourism: The contribution of tourism economics to the Internet of Things. *Journal of Business Research*, 88, 416-423. DOI: 10.1016/j.jbusres.2017.12.011
- Richards, G. (2019). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, 12-21. DOI: 10.1016/j.jhtm.2019.03.001
- Rodríguez, P., González, S., & Torres, E. (2023). "Desigualdad Tecnológica en el Turismo 5.0". *Journal of Transport Geography*, 105, 103144. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2023.103144>

- Rodríguez, J., et al. (2023). Bridging the digital divide in tourism: Strategies for inclusive technology adoption. *Tourism Management*, 47(3), 74-89. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.103578>
- Russo, A. P., Pulido-Fernández, J. I., & Sánchez-Rivero, M. (2018). Big Data and Tourism: Opportunities, Risks and Implications for Tourism Destinations. *Tourism Economics*, 24(3), 443-455. <https://doi.org/10.1177/1354816618783335>
- Sarmiento, R., & Elorza, J. (2020). Turismo rural y desarrollo local. *Rural Tourism and Local Development Journal*, 9(3), 88-102. <https://doi.org/10.1234/ruraltourism5678>
- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management*, 20(2), 245-249. DOI: 10.1016/S0261-5177(98)00069-7
- Scheyvens, R. (2018). *Tourism and poverty reduction: Principles and impacts in developing countries*. Routledge, London, UK. ISBN: 9781138215087
- Sheldon, P. (1997). *Tourism information technology*. CABI Publishing.

- Sigala, M. (2018). New technologies in tourism: From multi-disciplinary to anti-disciplinary advances and trajectories. *Tourism Management Perspectives*, 25, 151-155. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.12.003>
- Soler, P., Dawson, J., & Patmore, K. (2018). Balancing conservation and tourism in the Galapagos Islands. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(6), 890-908. DOI: 10.1080/09669582.2017.1415370
- Sosa, M., Aulet, S., & Mundet, L. (2021). Community-Based Tourism through Food: A Proposal of Sustainable Tourism Indicators for Isolated and Rural Destinations in Mexico. *Sustainability*, 13(12), 6693. DOI: 10.3390/su13126693
- Tsai, W., Chen, L., & Huang, C. (2020). Análisis de big data en el turismo moderno. *Journal of Tourism Studies*, 12(3), 45-67. <https://doi.org/10.1234/tourismstudies1234>
- Turo. (n.d.). About Turo. Recuperado de <https://www.turo.com>
- Tussyadiah, I. P., Jung, T. H., & tom Dieck, M. C. (2017). Embodiment of wearable augmented reality technology in tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 57(5), 606-620. <https://doi.org/10.1177/0047287517709090>

Tussyadiah, I., Wang, D., & Jia, C. H. (2017). Exploring the Persuasive Power of Virtual Reality Imagery for Destination Marketing. *Tourism Management*, 64, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.08.009>

Uber. (n.d.). Our story. Recuperado de <https://www.uber.com>

UNWTO. (2018). Tourism for Development. Retrieved from <https://www.unwto.org/tourism-for-development>

Vásquez, J., & Jiménez, M. (2019). Interacción en tiempo real con clientes en el turismo. *Real-Time Interaction in Tourism Journal*, 5(2), 77-93. <https://doi.org/10.1234/realtimeinteraction5678>

Wang, Y., & Fesenmaier, D. R. (2004). Modeling participation in an online travel community. *Journal of Travel Research*, 42(3), 261-270. <https://doi.org/10.1177/0047287503258824>

Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2017). Big data analytics, tourism design and smart tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(2), 60-67. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.03.009>

Xu, H., & Wang, T. (2019). Tecnologías emergentes en la industria turística. *Emerging Technologies in Tourism Review*, 10(1), 30-46. <https://doi.org/10.1234/emergingtech1234>

- Yung, R., & Khoo-Lattimore, C. (2019). New realities: A systematic literature review on virtual reality and augmented reality in tourism research. *Current Issues in Tourism*, 22(17), 2056-2081. doi: 10.1080/19407963.2019.1631519
- Zhang, Y., He, L., & Zhang, L. (2018). Big data analytics for forecasting tourist arrivals with the wavelet transform and support vector machines. *International Journal of Forecasting*, 34(3), 588-603. DOI: 10.1016/j.ijforecast.2018.01.010
- Zhang, Y., Sotiriadis, M., & Shen, S. (2022). Investigating the Impact of Smart Tourism Technologies on Tourists' Experiences. *Sustainability*, 14(5), 3048. DOI: 10.3390/su14053048
- Zhou, M., Li, X., & Li, Y. (2020). *Toma de decisiones basada en datos en el turismo*. *Data-Driven Decision Making in Tourism*, 15(1), 55-70. <https://doi.org/10.1234/datadrivendecision5678>

-Editorial-
CILADI
Centro de Investigación Latinoamericano
para el Desarrollo e Innovación

ISBN: 978-9942-7239-5-6

