

## RESEÑA BIBLIOGRÁFICA

# LA INVESTIGACIÓN EN TICs Y TURISMO: A 20 AÑOS DEL NACIMIENTO DE INTERNET

En: *“Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet. The state of eTourism research”*; Revista Tourism Management; Vol. 29; N°4. Editorial El Sevier.

### **Autores:**

*Dimitrios Buhalis*

*International Centre for Tourism and Hospitality Research,  
Bournemouth University*

*Rob Law*

*School of Hotel and Tourism Management,  
Hong Kong Polytechnic University  
(2008)*

Por:

**Lic. Pablo N. Montero<sup>70</sup>**

La expansión del uso de Internet a escala global ha cambiado las formas en que las personas interactúan y acceden a la información. Conjuntamente han evolucionado las tecnologías para mejorar la interacción de la Red mediante nuevas formas de comunicación e interacción social: herramientas para blogs, microblogging, redes sociales, geo-navegación, aplicaciones para teléfonos móviles, entre muchas otras, promocionan la generación de contenido en forma colectiva. A su vez, el aumento del acceso a Internet con conexión inalámbrica y un creciente número de computadoras personales y dispositivos con acceso a Internet móvil, son factores que han impulsado el crecimiento de las interacciones en la Web y están revolucionando la forma en que muchas empresas hacen negocios. Las marcas de viajes tienen la oportunidad de tomar ventaja de esta tendencia.

---

<sup>70</sup> Licenciado en Turismo (UNLP).

Magíster en Gestión Turística (UNLP).

Secretario del Departamento de Turismo (FCE-UNLP).

Ayudante de Cátedra en Marketing Turístico (FCE-UNLP).

Implementador y capacitador (Fundación Turismo y Tecnología).

Un nuevo concepto de “viajero” nace estrechamente vinculado a los avances tecnológicos. Internet ha influido decisivamente en la forma de viajar. El turista hace uso de Internet desde que inicia la búsqueda del destino, pasando por la elección y preparación del viaje; durante el viaje y posteriormente a haber concluido el mismo. De modo que la Web se configura como una fuente de información clave en las diferentes fases del viaje y las tecnologías móviles irán intensificando cada vez más esta tendencia.

Durante las últimas dos décadas se han estado produciendo cambios asociados a la transformación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs). Las relaciones entre líneas aéreas, hoteles, tour operadores, agencias de viajes, entre muchos otros intermediarios y prestadores turísticos, van cambiando de forma y de posiciones relativas, al mismo tiempo que van avanzando las posibilidades tecnológicas. Esto afecta directamente el modo de comercializar los servicios y los cambios son tan vertiginosos que existe una necesidad permanente de adaptarse a ellos.

El documento señalado hace una revisión de los artículos publicados sobre turismo y tecnologías de la información (E-Turismo) en los últimos 20 años. Utilizando una amplia variedad de fuentes, principalmente en la literatura del turismo, este paper analiza exhaustivamente estudios realizados en el contexto de Internet y su impacto en el sector turístico, sobre la base del análisis de más de 149 artículos publicados, los cuales fueron considerados relevantes por su contribución al área de investigación.

Tres temas principales han despertado el interés en este campo de estudio tanto desde el punto de vista de la demanda, como así también de la oferta, los cuales se identifican como los principales ejes de investigación en E-Turismo: los consumidores y las dimensiones de la demanda; la innovación tecnológica y el rol de las empresas del sector.

Si bien la contribución más importante de este trabajo es la descripción de los esfuerzos en investigación que se han realizado en este campo y los desafíos que afrontan y seguirán afrontando los investigadores del turismo, el documento pronostica además futuros desarrollos en E-Turismo y muestra los cambios críticos que ha sufrido el sector como resultado del protagonismo que han alcanzado las tecnologías de la información. Así, permite vislumbrar el aporte al conocimiento teórico y su aplicación práctica como resultado de los estudios realizados, explorando las perspectivas de futuro y los aportes interdisciplinarios, con implicaciones de gestión, proponiendo soluciones estratégicas y operativas para el sector.

En lo referente a **los consumidores y las dimensiones de la demanda** los autores señalan que las organizaciones turísticas necesitan reconocer los cambios y desarrollar servicios personalizados detectando las necesidades individuales y los deseos de los consumidores. Siendo para ello necesario integrar todos los sistemas de información disponibles y desarrollar mecanismos para hacer un seguimiento del comportamiento de los consumidores, como así también para proporcionar sugerencias tanto de los empleados como de los propios clientes.

Conjuntamente, los nuevos sistemas de información permiten recoger datos de las solicitudes efectuadas durante el proceso de reserva, información que puede ser utilizada por el personal para una mejor prestación del servicio.

En cuanto a **la innovación tecnológica**, la complejidad de los nuevos sistemas basados en las TICs exige una mayor integración conjunta de la tecnología, el mercado y los requerimientos administrativos y sociales, de manera de alcanzar un

significativo impacto en el mercado, a través del compromiso tanto de la investigación como así también de las empresas y las comunidades. .

En lo que concierne al **rol de las empresas del sector**, a pesar de los beneficios que evidencian las tecnologías de la información, el E-Turismo se encuentra todavía en un incipiente desarrollo que limita otras oportunidades derivadas del desarrollo de interfaces que conecten a todas las empresas intervinientes en la cadena de valor turística, para lograr un mejor aprovechamiento de esta conectividad. Para ello, una amplia serie de cuestiones deberían ser resueltas en el sector, siendo necesario un escenario de mayor competencia, pero al mismo tiempo de cooperación entre las empresas del sector para fomentar el crecimiento del mercado de turismo on-line.

Algunas de las principales conclusiones señalan que las tecnologías verdaderamente innovadoras serán aquellas que soporten la interoperabilidad, la personalización y el networking, requiriendo para ello del dinamismo en los niveles estratégicos y tácticos para asegurar que las oportunidades y los nuevos retos se conviertan en ventajas para las organizaciones turísticas, incrementando la innovación y mejorando la posición competitiva.

Conjuntamente advierten que el futuro del turismo se focalizará en tecnologías centradas en los consumidores, las cuales permitirán a las organizaciones interactuar con sus clientes de forma dinámica, de manera que éstos se volverán aún más poderosos y serán capaces de determinar por sí mismos cada uno de los elementos que conforman el producto turístico.