



Las tecnologías de la información y el turismo en el estado de Tabasco (Information technologies and tourism in the state of Tabasco)

Crecencio de Jesús Carranza González¹; Gerardo Arceo Moheno² y
Guillermo de los Santos Torres³

¹ Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (México), carranza121996@hotmail.com,
<https://orcid.org/0000-0001-6503-8649>

² Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (México), ericarceo@hotmail.com,
<https://orcid.org/0000-0002-3016-3631>

³ Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (México), guillermo.delossantos@ujat.mx,
<https://orcid.org/0000-0001-6022-9892>

Información del artículo revisado por pares

Fecha de recepción: mayo 2022

Fecha de aceptación: junio 2022

Fecha de publicación en línea: marzo 2023

DOI: <https://doi.org/10.29105/vtga9.2-290>

Resumen

En la actualidad el uso de las Tecnologías de la Información (TI) inciden en mejorar el método de trabajo tradicional. Aplicando estas tecnologías a las actividades realizadas por el sector turístico en el estado se generan ventajas competitivas y logran posicionarse a Tabasco; además, las lecturas dictan que el uso de las herramientas digitales enfocada al turismo, mejoran la experiencia y calidad del viaje. En la presente ponencia se presentan los resultados obtenidos de un estudio hecho a turistas que visitaron el estado de Tabasco con el objetivo de conocer cuál fue su propósito de viaje y si utilizaron las herramientas digitales para el turismo en el estado, esto permitió conocer si el estado tiene herramientas digitales para recibir visitantes, a su vez se conoció las necesidades tecnológicas que el turista tiene al arribar a tierras tabasqueñas. Este estudio fue desarrollado con un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo y experimental y se realizó con 118 turistas que visitaron el estado de Tabasco. Para la recolección de datos se diseñó el instrumento en forma de cuestionario. Entre los resultados se encontró que el estado necesita de herramientas digitales que sustenten a las actividades turísticas. En cuanto al comportamiento del turismo se encontró que arriban más turistas nacionales que extranjeros, que el motivo de viaje fue vacaciones y que, si hacen uso de las herramientas digitales, pero se necesitan más.

Palabras clave: Turismo, Tabasco, Tecnologías de la Información

Códigos JEL: M1, M10, M15 y M19

Abstract

Currently, the use of Information Technologies (IT) has an impact on improving the traditional working method. Applying these technologies to the activities carried out by the tourism sector in the state generates competitive advantages and manages to position Tabasco; moreover, the readings dictate that the use of digital tools focused on tourism, improve the experience and quality of the trip. This paper presents the results obtained from a study done to tourists who visited the state of Tabasco with the aim of knowing what was their purpose of travel and whether they used digital tools for tourism in the state, this allowed to know if the state has digital tools to receive visitors, in turn it was known the technological needs that the tourist has when arriving to lands tabasqueñas. This study was developed with a descriptive and experimental quantitative approach and was carried out with 118 tourists who visited the state of Tabasco. For data collection, the instrument was designed in the form of a questionnaire. Among the results was found that the state needs digital tools to support tourism activities. As for the behavior of tourism it was found that more domestic tourists arrive than foreigners, that the reason for travel was vacations and that, if they make use of digital tools, but more are needed.

Key words: Tourism, Tabasco, Information Technologies

JEL Codes: M1, M10, M15 y M19

Introducción

Las tecnologías de información, y de manera particular las aplicaciones (Apps), han aportado diversidad de oportunidades y facilidades en todo el mercado mundial y en cada uno de los diferentes contextos sociales que existen, desde el ámbito laboral hasta el recreativo, así como para actividades de primera necesidad y también para aquellas que ayudan a cumplir con simples tareas; es tan grande el impacto que tienen, que no se puede lograr terminar un día sin hacer uso de alguna de ellas. Como se menciona, estas Apps se encuentran presentes en todos los sectores y no puede ser excluido el turismo del uso de ellas para lograr adaptarse a los avances tecnológicos y continuar ofreciendo a las personas su esencia.

El presente trabajo es una suma de diversos estudios que se han dado en el análisis de los datos recolectados por los turistas, así como en el uso, el funcionamiento y la eficacia de la implementación de las tecnologías de información en los sectores turísticos.

El estado de Tabasco es un lugar que tiene mucha riqueza natural, desde los ríos que atraviesan todo la superficie del estado, playas en algunos de sus municipios, su vegetación, flora, fauna, el parque museo La Venta el cual tiene piezas arqueológicas de la cultura olmeca y es uno de los pocos en el mundo en tener una combinación entre zoológicos, arqueología y vegetación, y no se puede omitir la mención de su variedad gastronómica la cual es una combinación de varios platillos del país sumando el Pejelagarto asado el cual es su comida típica y el Pozol como su bebida predilecta las cuales deja encantado a sus visitantes.

Sin embargo, hasta el año 2022 Tabasco no ha logrado posicionarse como un estado atractivo turísticamente, a pesar de las riquezas patrimoniales, culturales y naturales que tiene, esta situación es visible dentro de cada uno de los municipios del estado teniendo poco avistamiento de foráneos y extranjeros, mencionando el único pueblo mágico que el estado tiene llamado Tapijulapa, se puede notar la deficiente afluencia turística dentro de la zona.

El estado de Tabasco, ubicado en la parte sur de México, ha recibido turistas por muchos motivos a lo largo de los años; Sandoval et al (2022) mencionan que la mayoría de ellos arriban por negocios al estado debido al trabajo con Petróleos Mexicanos (PEMEX), y no vienen con el fin de disfrutar de las bellezas del estado ni se aventuran a ver las atracciones turísticas que el estado tiene para ofrecer.

Aunado a esto, el turismo atraviesa un momento difícil debido a la pandemia del COVID-19. La frecuencia de turistas que salen de su lugar de origen para viajar a nuevos lugares ha disminuido significativamente; Esta industria ha sido parte de la economía de los países por muchos años, pero debido a la crisis que atraviesa no solo México sino el mundo entero, se vio paralizada.

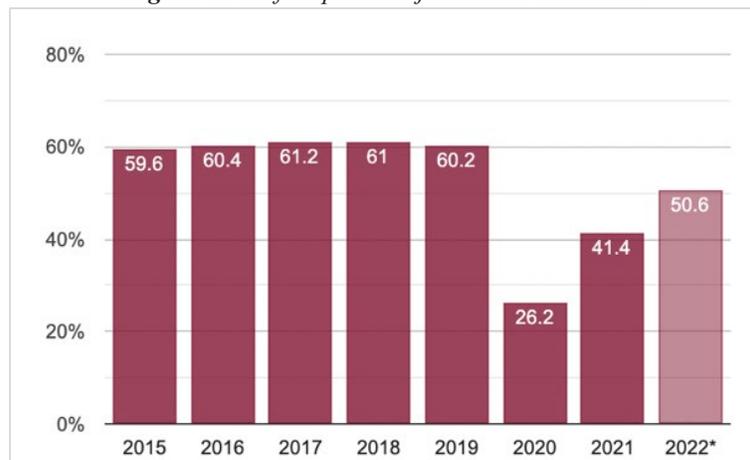
Como menciona DATATUR, al menos en México, se ha registrado cerca del 40% de afectación en el sector turístico, provocando un impacto económico notorio. En 2021, la industria del turismo creció casi un 20% en comparación con 2020, por lo que se espera una recuperación total entre 2022-2023, con estabilidad y crecimiento constante a partir de 2025, como se puede ver en la Figura 1.

Son muchas las herramientas informáticas en el sector turístico que han devuelto a la normalidad este sector, aunque todavía se enfrenta a la lucha contra el COVID-19. Zanabria y Mestas (2019) mencionan en su estudio cómo la aplicación de las Tecnologías de la Información (TI) en el sector turístico trae beneficios especiales porque no solo pueden internacionalizar sus servicios, sino también pueden conocer sobre sus clientes, patrones de viaje, gustos y oportunidades. a fin de proponer estrategias para promover el crecimiento económico.

En consecuencia, se advierte que no se conoce qué herramientas tecnológicas utilizan los turistas en el estado ni cómo las utilizan para incluir todos los elementos que componen la industria turística y que mejoren su experiencia durante su estadía. como son actividades de ocio, excursiones, vacaciones, geolocalización, movilización local, referencias de sitios, proveedores de alimentación y alojamiento.

La pregunta de investigación que da origen a este trabajo de investigación es ¿Qué tipo de turista arriban y cuáles herramientas tecnológicas utilizan en su visita a Tabasco?

Figura 1. Grafica porcentaje turístico en México



Nota: Monitoreo hotelero DataTur (2022).

Marco teórico

Turismo

Sancho (2019) define el turismo como la actividad de un individuo o grupo de personas que

recorre largas o cortas distancias como un movimiento temporal, sin residencia fija en el destino o región.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo está asociado a las actividades que realizan las personas en un lugar diferente a su entorno, lo que abre oportunidades para diversas actividades, como viajes de negocios, vacaciones, etcétera, esto sin mantener una estancia larga, es decir, visitando repetidamente el mismo lugar porque pueden ser aceptados como alojamiento temporal o por otras razones no relacionadas con el turismo.

Existen varios tipos de turismo y cada uno tiene un enfoque diferente, la clasificación está basada en las actividades que se realizan durante la estancia en el lugar, en la Tabla 1 se puede conocer los tipos de turismo.

Tabla 1. Tipos de turismo

Tipo de turismo	Definición
Turismo de aventura	Turismo con el fin de participar en actividades desafiantes por la naturaleza.
Turismo deportivo	Turismo con fin de algún campeonando o evento deportivo.
Turismo de negocio	Turismo con fines de trabajo o eventos relacionados con corporativos.
Turismo religioso	Turismo con propósito de visitar lugares sagrados y entornos conocidos.
Turismo gastronómico	Turismos con a fines de cocina o comida típica del lugar visitado.
Turismo rural	Turismo con propósito de convivencia con comunidad rural, más utilizados en voluntariados.
Turismo cultural	Turismo enfocado a conocer del patrimonio e historia del lugar.

Nota: Elaboración propia con base en Amador-Mercado (2021).

Sin embargo, a pesar del fin que se tenga contemplado existen tiempos libres en los cuales se pueden realizar otros tipos de actividades y no precisamente un 100% enfocado a lo determinado. Como ejemplo se menciona a un hombre de negocio, que visita un nuevo estado, lugar o país por reuniones de negocios, pero su tiempo de trabajo son jornadas de 8 horas al día y le quedan libres de 6 a 8 horas del día, en este caso se pueden realizar actividades que complazcan y hagan sentir a gusto al visitante.

Por lo mismo, es de importancia considerar todos los tipos de turismo, para sectorizar a cada visitante y dar las herramientas necesarias para que su visita dentro del lugar sea placentera. En cuanto a las etapas del viaje existen 5 las cuales se pueden conocer en la Tabla 2.

Tabla 2. Etapas del viaje

Etapas	Descripción
Inspiración	Cuando se piensa en algún viaje ya sea por un anuncio, película, libro, etc.
Planificación	Cuando se busca información de los lugares a visitar.
Comparación	Cuando se comparan los lugares para seleccionar a donde dirigirse.
Reservación	Cuando se comienza a realizar reservaciones de hotel, atracciones, transportación, etc.
Viaje	Cuando se encuentra en el lugar seleccionado.
Compartición	Cuando se termina el viaje, y empieza a compartir, recomendar o guardar fotos y videos.

Nota: Elaboración propia con base en SiteMinder (2022).

Tecnologías de la información y comunicación

Con los avances de la nueva era digital, las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) son parte fundamental para el trabajo de muchos sectores, como lo puede ser empresarial, gubernamental, escolar, institucional, etc. Por lo que las TI son factor clave para el trabajo del ser humano.

Ayala y Gonzales (2015) definen las TI como un avance científico que trata, interpreta y demuestra información, representada por videos, imágenes, texto, etcétera; a lo que en términos generales se le conoce como contenido.

Este contenido se puede presentar con las diversas herramientas tecnológicas que existen en la actualidad gracias al desarrollo tecnológico. ya sea por medio de software plataformas, aplicaciones, etcétera, que se pueden presentar en los dispositivos inteligentes.

Gracias a estos avances, la manera en que se almacena, comparte, intercambia y procesa información, se vio potencializado ofreciendo una manera más rápida de procesamiento, esto derivado de la era digital donde se pretende tener todo el mundo conectado.

Para el turismo las TI han ofrecido nuevas y mejores maneras de trabajo, eso basado a los procesos que antes se tenían que realizar para poder gestionar reservas de cualquier categoría, ya sea transporte, alojamiento, actividades, etc.

Ejemplo de la implementación de las TI en el turismo es lo que Ruiz y Hernández (2018) descubrieron en su investigación aplicada a la revolución de la TI en el sector turístico, donde la implementación de estas herramientas digitales trajeron al sector algo denominado competencia, en el cual todas las áreas del turismo tuvieron que migrar su información a internet para poder posicionarse en el mercado y esto mejoró la experiencia del usuario y a su vez generó ganancias a las empresas turísticas.

Hoy en día hacer turismo con las ventajas que dan las TI es más fácil que en la antigüedad, la reservación de vuelos se puede realizar desde la comodidad del lugar donde te encuentres, para adquirir alojamiento puedes verificar y ver el catálogo de opciones seleccionando el que más agrade y/u ofrezca mejores precios.

Por último, Miranda y Cruz (2020) mencionan que la satisfacción de los visitantes mejoró cerca del 40% derivado de la variedad de plataformas digitales que se tienen para hacer turismo. Es por eso por lo que las TI se deben de ver como un potenciador para el sector turístico y así mejorar el crecimiento de este sector.

Aplicaciones para turismo

Las herramientas existentes para realizar turismo están segmentadas dependiendo el área de

interés, entre todas las plataformas se puede encontrar que algunas son aplicaciones móviles y otras páginas web dinámicas, en la Tabla 3, se detallan esas aplicaciones.

Tabla 3. *Aplicaciones tecnológicas para el turismo.*

Área de interés	Herramienta Web o móvil	Uso en el sector turístico
Hospedaje	Airbnb Trivago Booking Kayak	Estas plataformas permiten a los turistas hacer reservaciones en hoteles, hostales inclusive la posibilidad de poder rentar un departamento completo por el tiempo que el visitante se encuentre en el destino
Recomendaciones de actividades y ocio	TripAdvisor Google Trips FourSquare Triposo Ticketmaster	Durante la estancia en el lugar de destino, se tiene una variedad de posibles lugares por visitar y estas aplicaciones por medio de un ranking que está basado en la experiencia de los demás turistas, muestra posibles lugares de interés.
Restaurantes	Yelp TripAdvisor Google Maps FoutSquare	Estas aplicaciones muestran los lugares mejores recomendados de las comidas típicas y tradicionales del destino, además que da la posibilidad de segmentar la búsqueda por los más barato a más caros para todos los tipos de gustos y presupuestos.
Geolocalización	Google maps Wave Citymapper GPS tolos Moovit	La ubicación es importante para el turismo y los turistas, para saber dónde se encuentra al igual que detectar lugares, estas plataformas por medio del GPS del dispositivo en el cual se esté utilizando muestra en un mapa el lugar desde donde se está estableciendo la conexión, y es por eso que estas plataformas son esenciales cuando se visita un lugar desconocido.
Transportación	Uber Didi Cabify Moovit	Estas plataformas son la sustitución o el complemento en algunas ciudades de los taxis o transportes urbanos convencionales, ya que por medio de estas aplicaciones se puede solicitar vehículo y moverse al destino esperado, para los turistas es clave en el viaje, debido a que el viaje notifica el costo exacto.

Nota: Elaboración propia con base en Muñoz-Aparicio (2017).

Estado de Tabasco

Ubicada en el sureste del país, Tabasco hace honor a su nombre en náhuatl: “lugar donde la tierra esta húmeda”. Esta es la tierra de los olmecas, "gente del hule". Limita con Veracruz, Chiapas y Campeche, y el Golfo de México. Su paisaje está compuesto por selva, sabana, manglares, pantanos y costas que albergan tierra y una vasta vida marina.

México Desconocido (2012) redacta que en esta región de exuberante agua y vegetación tropical nació una de las culturas más importantes del México antiguo: los olmecas, la madre de todas las culturas mesoamericanas. Tabasco tiene muchos atractivos: sitios arqueológicos como La Venta, Comalcalco y Pomona; la naturaleza, como cascadas, cuevas, pantanos, playas, ríos: típicos como Tapijulapa, Villa Luz y Jalpa. De particular interés es el Parque Museo La Venta en Villahermosa, que exhibe las cabezas gigantes típicas de los olmecas.

La cocina tabasqueña es muy amplia, variada y muy particular, donde hay que destacar productos como las hierbas y plantas típicas de la región donde destacan, entre otros, el cilantro, el

epazote, el chipilín, el chile amashito y la hoja de plátano muy utilizado para condimentar guisos. Además de estas hierbas, es necesario distinguir el cacao, las frutas y verduras, la carne, el pescado y el marisco.

El clima es cálido y húmedo con una temperatura media anual de 25°C pero oscilando entre una mínima de 10°C y una máxima de 42°C, con una importante precipitación pluvial de 2750 mm por año.

Método

Enfoque y tipo de estudio

Este estudio tiene un enfoque cuantitativo ya que este se utilizó para estudiar el uso de las herramientas digitales los turistas que visitaron el estado de Tabasco, además Santander Universidades (2021) redacta que, con este tipo de enfoque se busca conocer causas y efectos por medio de datos estadísticos y buscar las relaciones que ayudaron a responder la pregunta de investigación

En esta investigación igualmente se utilizó el estudio exploratorio por que se busca abordar un tema del cual se tiene desconocimiento, ya que no se han analizado si los turistas están haciendo uso las herramientas digitales, por lo que se generó nuevo conocimiento.

Además, se empleó el estudio descriptivo, ya que se descubrieron fenómenos novedosos en cuanto al tipo de turista que arriba a Tabasco y cierto tipo de datos que genera información relevante para el estudio.

Población de estudio.

Para esta investigación se seleccionaron turistas nacionales e internacionales que llegaron a Tabasco con el propósito de mantener una estancia prolongada en la zona sin importar el propósito de su viaje, se especifica que a los turistas que tomaron al estado como una parada de paso no se les aplico el instrumento debido a la poca información que esta tenía de las herramientas digitales que el estado tiene para el turismo.

El muestro se empleó por medio de un estudio de selección intencionada. Casal y Mateu (2003) redactan que este muestro tiene un método no aleatorio que busca profundizar en un sector de la población específica para que el sustento del caso de estudio tenga fiabilidad y viabilidad y no solo se escojan personas al azar que posiblemente tengan desconocimiento del tema tratado.

Con estos datos se hizo el levantamiento con 118 turistas que visitaron el estado de Tabasco, cabe mencionar que el periodo de levantamiento de información se realizó durante las vacaciones de semana santa. Además, dicho levantamiento aún se encuentra en proceso, por lo que los datos aquí

estudiados son parte de la fase uno.

Instrumento de recolección de datos

Para el diseño de este instrumento se tomaron consideraciones que Hernández (2021) y Maldonado (2016) muestran en sus proyectos de investigación, ya que ellos implementaron un cuestionario en los cuales estudiaron a los turistas con el uso de las TI en otros países.

El instrumento se diseñó totalmente de manera digital, utilizando la herramienta de uso libre *Google Forms*, además que se generó un código QR para poder compartir el URL de la encuesta más rápido, el título del cuestionario fue “Cuestionario para conocer el uso de las herramientas digitales en el turismo”.

El instrumento tuvo un total de 5 secciones las cuales se pueden ver en las Tabla 4, 5 y 6 las cuales contenían las generalidades, las secciones en caso de que para el viaje utilizaron herramientas digitales y las secciones en caso de no utilizar herramientas digitales.

Tabla 4. Generales.

Sección	No. de ítems
1. Datos personales.	4
2. Objetivos del viaje.	2

Tabla 5. Turistas que hicieron uso de herramientas digitales.

Sección	No. de ítems
3. Uso de herramientas digitales	10
4. Experiencia y satisfacción.	5

Tabla 6. Turistas que no hicieron uso de las herramientas digitales.

Sección	No. de ítems
5. Conocimiento de motivo.	3

El instrumento tuvo un total de 21 ítems en caso de que si hicieron uso de las TI para su viaje y 9 ítems en caso de que no.

Validación del instrumento

Para la validación del instrumento se contó con la participación de la Secretaría de Turismo del estado de Tabasco, los cuales verificaron las cartas de derechos y las preguntas incluidas en el instrumento, quienes aprobaron y validaron la aplicación del instrumento.

Además, tres doctores de la División Académica de Ciencias y Tecnologías de la Información en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco participaron como revisores del mismo instrumento, los cuales tienen conocimiento en diseños de cuestionario y del tema estudiado.

Prueba piloto

Para la prueba piloto se consideraron 15 turistas que visitaron el estado de Tabasco, esta prueba tuvo la duración de una semana y se consideraron las aportaciones recolectadas para hacer modificaciones al instrumento los detalles se pueden observar en la Tabla 7.

Tabla 7. Resultados de la prueba piloto

Nº	Sexo	Edad	Nivel de estudio	Tiempo de respuesta	Aportaciones	Claridad	Dudas
1	Masculino	23	Licenciatura	5 min	No	Si	X
2	Femenino	43	Maestría	5 min	No	Si	X
3	Femenino	67	Licenciatura	7 min	No	Si	X
4	Femenino	19	Licenciatura	5 min	No	Si	X
5	Masculino	22	Licenciatura	8 min	Agregar el no use	Si	X
6	Masculino	34	Maestría	5 min	No	Si	X
7	Masculino	45	Doctorado	7 min	Falto agencias de viajes	Si	X
8	Femenino	21	Licenciatura	6 min	No	Si	X
9	Masculino	42	Licenciatura	5 min	No	Si	X
10	Masculino	55	Preparatoria	10 min	No	Si	X
11	Femenino	38	Licenciatura	5 min	No	Si	X
12	Femenino	26	Licenciatura	9 min	No	Si	X
13	Masculino	21	Preparatoria	5 min	No	Si	Si
14	Femenino	31	Licenciatura	8 min	Faltaron Apps	Si	X
15	Masculino	42	Licenciatura	8 min	No		X

Resultados

En este apartado se muestran los resultados obtenidos durante la investigación.

Estos datos fueron de 118 turistas que visitaron el estado de Tabasco y se obtuvo su consentimiento para responder la encuesta.

Este levantamiento tuvo lugar en los principales puntos de afluencia de los turistas que arriban al estado como se puede observar en la Tabla 8.

Tabla 8. Lugares donde se aplicó la encuesta

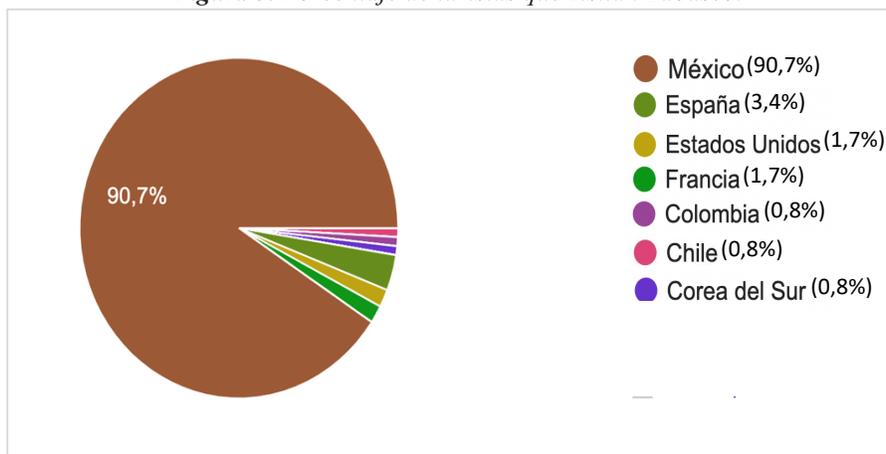
Lugares	Porcentaje de participación
1. Aeropuerto	60%
2. Centrales de autobuses	3%
3. Hoteles	4%
4. Restaurantes	5%
5. Parques	14%
6. Atracciones turísticas	7%
7. Municipios importantes del estado	3%
8. Pueblo mágico	4%

Para el análisis estadístico de los datos mostrados a continuación, se utilizó la herramienta visual de proyección de datos que *Google Forms* incluye.

Turistas

En cuanto a la recepción de visitantes al estado, arribaron más turistas nacionales que extranjeros, como se puede ver en la Figura 3.

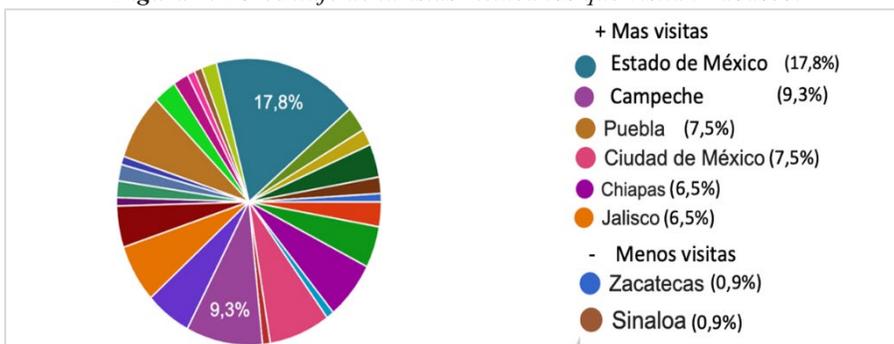
Figura 3. Porcentaje de turistas que visitan Tabasco.



Nota: Tomado de los datos recolectados en Google Forms.

En la Figura 4 se muestra la afluencia turística de los estados de la República Mexicana que visitaron en mayor número Tabasco. Por lo que los tres estados que aportaron más turistas fueron Ciudad de México, seguido de Puebla y en tercer lugar Jalisco como se puede ver en la Figura 4.

Figura 4. Porcentaje de turistas mexicanos que visitan Tabasco.

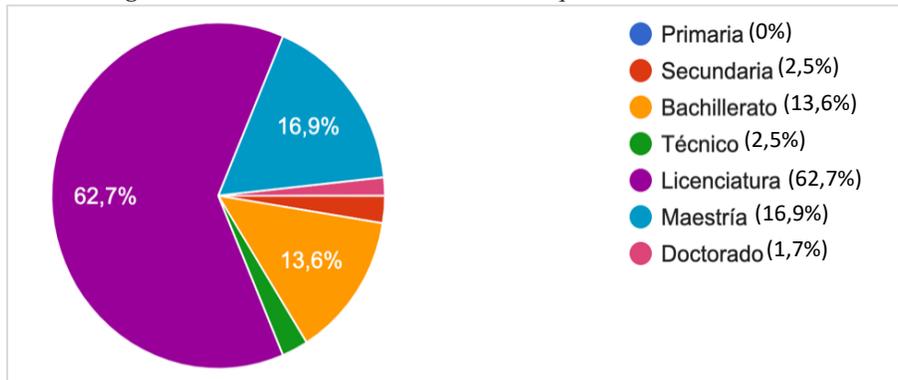


Nota: Tomado de los datos recolectados en Google Forms.

En cuanto al nivel de estudios de los turistas que visitan Tabasco en su mayoría son personas con estudios superiores como se puede ver en la Figura 5.

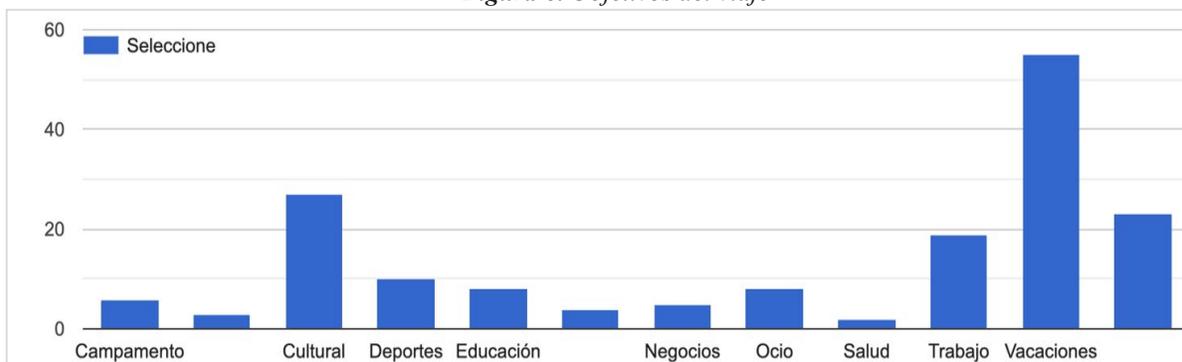
Finalmente, en cuanto a la información del perfil del turista que visita Tabasco, se encontró que la mayoría de los visitantes arribaron al estado es por vacaciones tal como se muestra en la Figura 6.

Figura 5. Nivel de estudios de los turistas que visitan Tabasco.



Nota: Tomado de los datos recolectados en Google Forms.

Figura 6. Objetivos del viaje



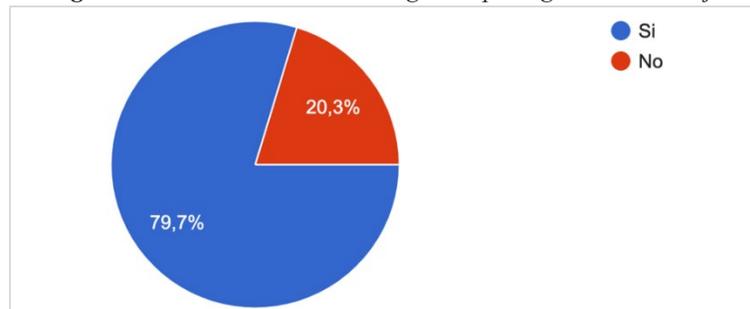
Nota: Tomado de los datos recolectados en Google Forms.

Tecnologías de la información

El resultado de este apartado hace referencia al uso de las TI que el turista aplica durante la preparación o estancia en Tabasco.

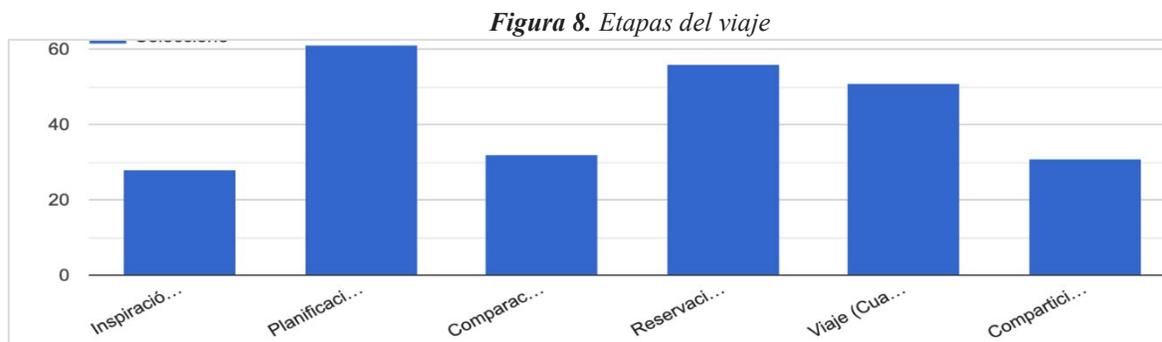
Como se puede ver en la Figura 7, el 79.7% de los participantes hicieron uso de las TI para su viaje; esto fue para gestionar reservas, transportación, hospedaje, gastronomía, etc. Lo que supone que las TI son un factor importante para realizar turismo en el estado.

Figura 7. Uso de herramientas digitales para gestionar el viaje



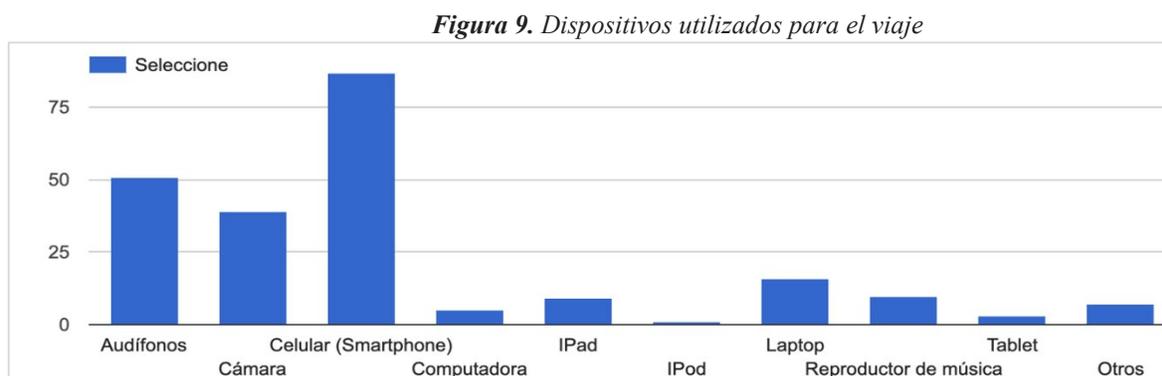
Nota: Tomado de los datos recolectados en Google Forms.

En cuanto al uso de las herramientas digitales en las diversas etapas del turismo, en la figura 8 se observa que la mayoría de los visitantes usaron estas herramientas para la etapa de planificación, reservación y durante el viaje



Nota: Tomado de los datos recolectados en Google Forms.

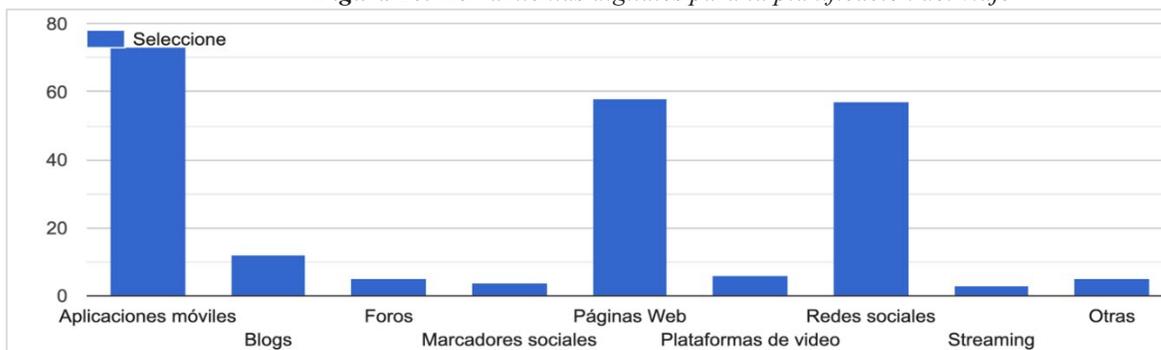
La herramienta digital principal que los turistas utilizaron para el viaje fue el smartphone esto a la viabilidad y disponibilidad que se tiene de esta herramienta, como segundo lugar audífonos y en tercera las cámaras como se puede ver en los resultados de la Figura 9.



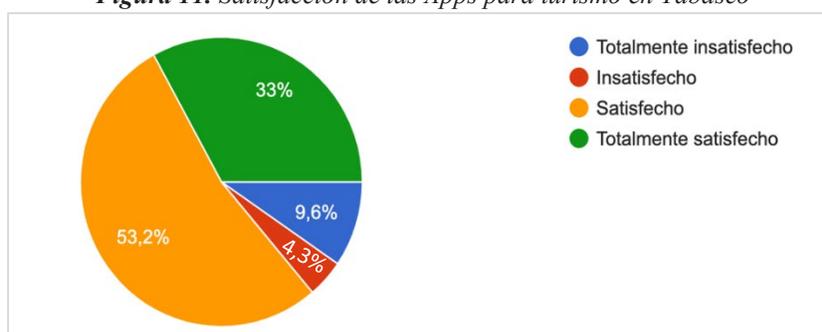
Nota: Tomado de los datos recolectados en Google Forms.

Específicamente los resultados muestran que las aplicaciones móviles es el principal medio a la hora de realizar turismo, ya sea para la reserva de viaje, planificación etc. Y como segundo lugar las páginas web como se puede ver el listado completo en la Figura 10.

Además del uso, igual se calificó el grado de satisfacción que se obtuvo con las distintas aplicaciones que se ofertan para hacer turismo en el estado de Tabasco y como se observa en la Figura 11, se observa que el 53.2 % de los turistas estuvieron solamente satisfechos.

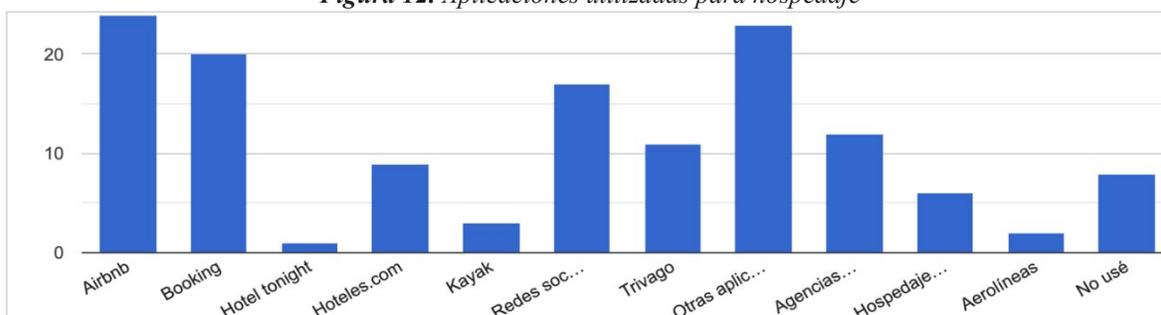
Figura 10. Herramientas digitales para la planificación del viaje

Nota: Tomado de los datos recolectados en Google Forms.

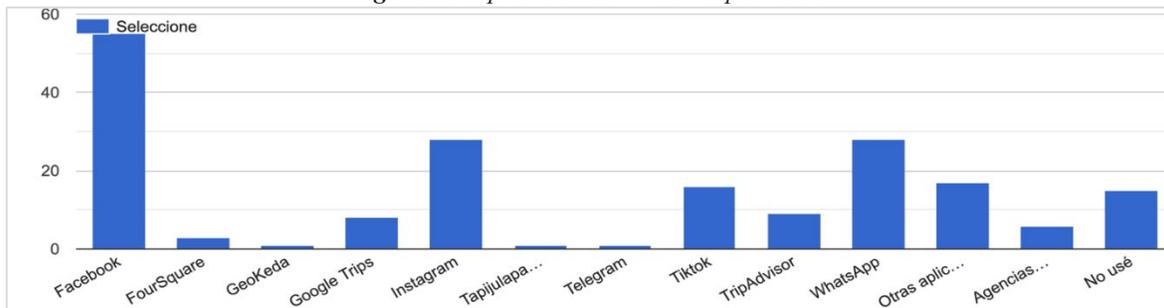
Figura 11. Satisfacción de las Apps para turismo en Tabasco

Nota: Tomado de los datos recolectados en Google Forms.

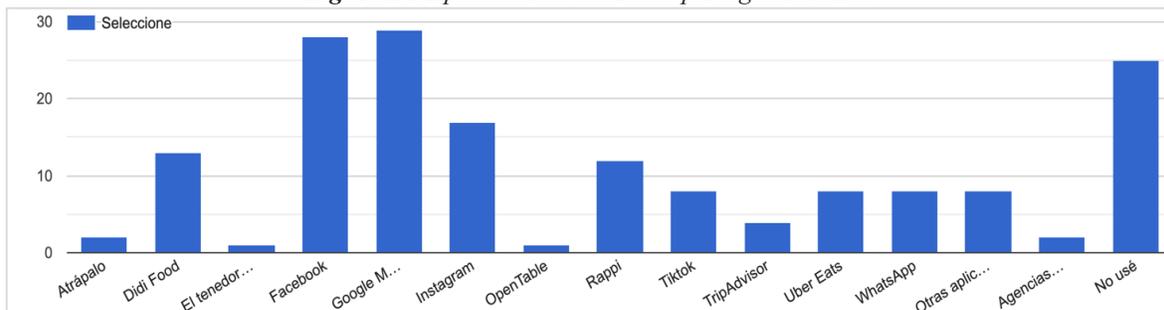
De la Tabla número 12 a la 15 se puede ver los resultados de que aplicaciones se utilizaron más para realizar turismo en Tabasco, dividido por área, y la ganadora en hospedaje fue Airbnb, en ocio fue Facebook, gastronomía Google maps y en transportación Uber.

Figura 12. Aplicaciones utilizadas para hospedaje

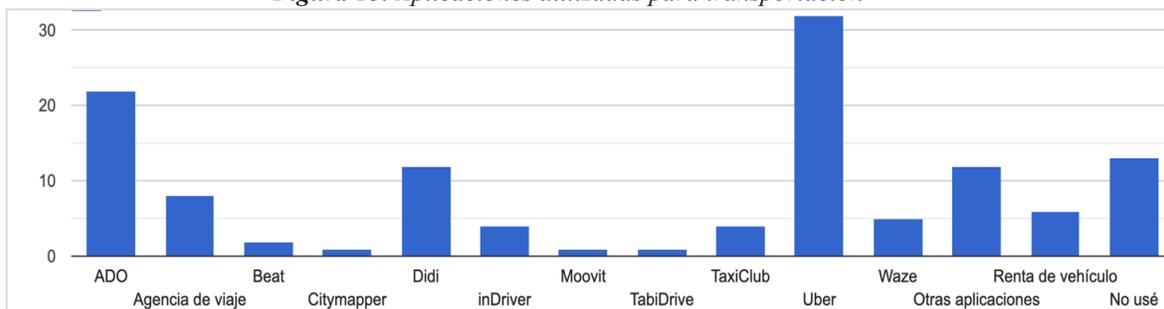
Nota: Tomado de los datos recolectados en Google Forms.

Figura 13. Aplicaciones utilizadas para ocio

Nota: Tomado de los datos recolectados en Google Forms.

Figura 14. Aplicaciones utilizadas para gastronomía

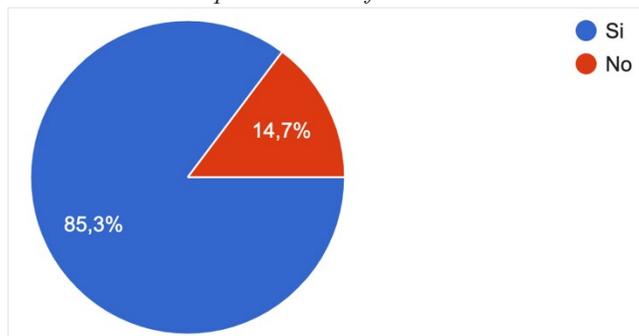
Nota: Tomado de los datos recolectados en Google Forms.

Figura 15. Aplicaciones utilizadas para transportación

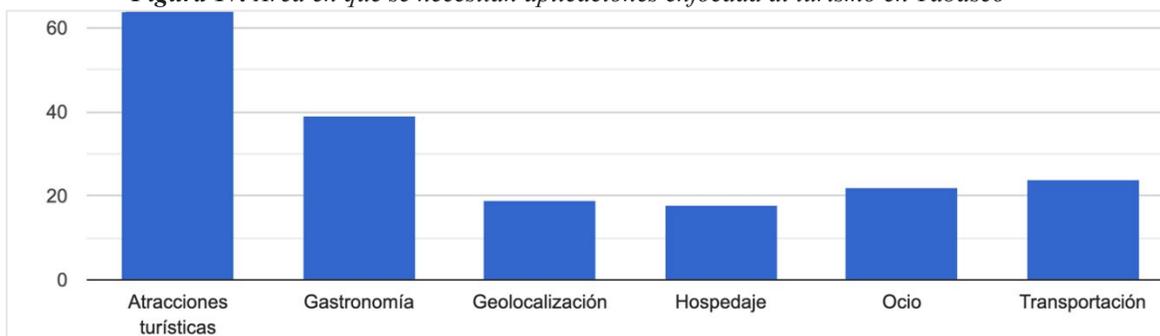
Nota: Tomado de los datos recolectados en Google Forms.

Tabasco y las Tecnologías de la Información

Sin embargo, a pesar de que el nivel de satisfacción en el uso de estas herramientas fue satisfactorio, los mismos participantes mencionaron que Tabasco necesita más aplicaciones relacionadas al turismo como se puede ver en la Figura 15. Solo el 14.9% está satisfecho con las que actualmente se tiene, sin embargo, más del 80% tiene la necesidad de más y mejores herramientas relacionadas al turismo especialmente en Apps de atracciones turísticas como se puede ver en la Figura 16.

Figura 16. Necesidad de aplicaciones enfocada al turismo en Tabasco

Nota: Tomado de los datos recolectados en Google Forms.

Figura 17. Área en que se necesitan aplicaciones enfocada al turismo en Tabasco

Nota: Tomado de los datos recolectados en Google Forms.

Conclusiones

El turismo es uno de los sectores que mayor ingreso deja a las ciudades, estados y países que implementan buenas estrategias. Como se pudo ver en los antecedentes de este artículo, Tabasco cuenta con el potencial suficiente para ser un estado atractivo en cuestiones turísticas.

Sin embargo, se tiene que considerar el impacto que el turismo tiene en el estado, por lo que se debe de estar preparado para satisfacer las necesidades de los turistas que arriban de visita. Los resultados dictan que el uso de las TI son un factor clave para el crecimiento de este sector, con los antecedentes estudiados se observa que las posibilidades de mejora son muchas y da apertura a trabajos estratégico.

A pesar de eso, y aunque los turistas están satisfechos con la variedad de herramientas digitales que se tienen dentro del estado, igual se expresa la necesidad de más herramientas enfocadas al turismo. Adicionalmente se tienen que buscar estrategias que, en conjunto con la Secretaría de Turismo del estado, generen ese impacto de atracción, no solo en el país si no el mundo.

En los resultados se encontró que los turistas si hacen uso de herramientas digitales en este caso aplicaciones móviles, por lo que implementar una estrategia para poder posicionar el turismo del estado dentro de estas apps ayudaría a aumentar la tasa de visitantes, además que el turista encontrara

la información necesaria y pertinente para su visita.

Tomando como base estos resultados, se deben de tomar las TI como un respaldo y soporte para que este sector que en Tabasco no se ha explotado pueda traer derrama económica al estado. Dado el papel importante que el turismo tiene para que muchos lugares logren desarrollarse y crecer económicamente, se debe planear algún plan estratégico para posicionar Tabasco como un lugar con visión futura del turismo. Esto generara no solo que el sector se vea beneficiado si no también la sociedad que habita el estado pueda adaptar cultura turística.

Este estudio aún se encuentra en proceso de desarrollo, el estudio final se evaluará con un total de 400 participantes por lo que pueden verse modificados los resultados en comparación de los datos aquí descritos, ya que los otros levantamientos serán recolectados en diferentes periodos del primer semestre del presente año. En la etapa final del estudio se aplicará analítica de datos con el uso de la herramienta *Tableau Public* el cual en apoyo con la metodología *Knowledge Discovery in Databases* KDD y los algoritmos de analítica de datos los cuales ayudaran a describir los patrones de comportamiento de los turistas que arribaron al estado de Tabasco.

Referencias

- Amador-Mercado, C. Y. (2021). Tipos de turismo. *Uno Sapiens Boletín Científico de la Escuela Preparatoria* No. 1, 4(7), 16-17. <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa1/article/view/7286/7894>
- Ayala, E. y Gonzales, S. (2015). *Tecnologías de la Información y la Comunicación*. Universidad Inca Garcilaso de la Vega. <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/1189>
- Casal, J., y Mateu, E. (2003). Tipos de muestreo. *Rev. Epidem. Med. Prev*, 1(1), 3-7.
- KIO Networks. (27 de abril de 2020). *Tipos de analítica de datos, sus aplicaciones y ventajas*. <https://www.kionetworks.com/blog/aplicaciones/tipos-de-analitica-de-datos-sus-aplicaciones-y-ventajas>
- México desconocido. (30 de septiembre de 2012). Monografía del estado de Tabasco. *México desconocido*. <https://www.mexicodesconocido.com.mx/mexico-estados-monografia-tabasco.html>
- Miranda, A., y Cruz, I. (2020). Tecnología de Información y Comunicación en la mejora de la experiencia de los viajeros de la generación millennials. *3C TIC. Cuadernos de desarrollo aplicados a las TIC*, 9(4), 67-87. DOI: <https://doi.org/10.17993/3ctic.2020.94>
- Muñoz-Aparicio, C. (2017). Una nueva forma de hacer negocios en el turismo: los buscadores en la web. *International journal of scientific management and tourism*, 3(2), 101-120. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6132944>.
- Ruiz, S. y Hernández, Y. (2018). Impacto de las tic en el sector turístico y su importancia. *Universidad & Ciencia*, 6(3), 66-76. <https://revistas.unica.cu/index.php/uciencia/article/download/564/1092/3699>
- Sancho, A. (2019). *Introducción al turismo*. Organización Mundial del Turismo. <http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/299/1/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT%20%281%29.pdf>

- Sandoval Núñez, L., Mazo Quevedo, M. L., y Uribe Domínguez, J. E. (2022). Millennials y destinos turísticos: caso Tabasco, México. *Revista Publicando*, 9(33), 48-66. <https://doi.org/10.51528/rp.vol9.id2280>
- Santander Universidades. (10 de diciembre de 2021). *Investigación Cualitativa y Cuantitativa*. Becas Santander. <https://www.becas-santander.com/es/blog/cualitativa-y-cuantitativa.html>
- Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo DataTur (2022). *Porcentaje de ocupación*. DataTur. <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Inicio.aspx>
- SiteMinder. (10 de febrero de 2022). Las 5 etapas de un viaje: cómo maximizar el impacto del marketing de tu hotel. *SiteMinder*. <https://www.siteminder.com/es/r/marketing/las-5-etapas-de-un-viaje-como-maximizar-el-impacto-del-marketing-de-tu-hotel/>
- Suarez-Barón, M., Tinjaca Cristancho, C., y González-Sanabria, J. (2020). Analítica de datos aplicada al estudio de deserción estudiantil en la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia - UPTC. *Aglala*, 11(1), 284-301. <https://revistas.curn.edu.co/index.php/aglala/article/view/1791>
- Tableau Public. (06 de octubre de 2021). Tableau Public. <https://public.tableau.com/en-us/s/about>
- Zanabria, A., y Mestas, E. (2019). Impacto de las tecnologías de la información en la industria del turismo en puno. *Revista Científica Huellas Turísticas*, 1(1), 1-12. <http://dx.doi.org/10.35306/v1i1.721>