

***Tecnologías de Información y Comunicación al servicio del turismo en Mazatlán, Sinaloa, México / Information and Communication Technologies used in tourism at Mazatlan, Sinaloa, Mexico***

María Aída Santillán-Núñez [aida.santillan@udo.mx](mailto:aida.santillan@udo.mx)

Mónica Velarde-Valdez [monica.velarde@udo.mx](mailto:monica.velarde@udo.mx)

Kennedy Obombo-Magio [magiobom@yahoo.com](mailto:magiobom@yahoo.com)

**Institución de los autores**

Universidad de Occidente

**PAÍS:** México

**RESUMEN**

Las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) y el turismo forman en la actualidad un binomio casi perfecto debido, principalmente, a la gran cantidad de información que se procesa en la industria turística. El objetivo principal del presente estudio fue examinar la capacidad de Mazatlán como destino turístico para proporcionar al visitante TICs que enriquezcan su experiencia de viaje. Se adoptó un enfoque metodológico cualitativo, haciendo un análisis de datos primarios generados de las entrevistas y foros con actores estratégicos del ámbito de las tecnologías y el turismo, así como el análisis de la calidad y disponibilidad de las TICs en el destino. Se encontró que Mazatlán carece de un portal Web oficial administrado localmente y de una limitada presencia en redes sociales. El destino necesita un sistema de inteligencia turística eficiente, así como modernizar sus puntos de información turística con TICs de vanguardia y de aplicaciones móviles diseñadas para el turismo.

**PALABRAS CLAVES:** TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN; DESTINO TURISTICO; MAZATLÁN

**ABSTRACT**

The Information and Communication Technologies (ICT) and tourism are now an almost perfect binomial due mainly to the large amount of information processed in the tourism industry. The main objective of this study was to examine the ability of Mazatlan as a tourist destination for visitors provide ICT to enrich their travel experience. A qualitative methodological approach was taken, with analysis of raw data generated from interviews and forums with strategic players in the field of technology and tourism, as well as analysis of the quality and availability of ICT at the destination.

It was found that Mazatlan lacks an official Web site locally administered and that it features a limited presence in social networks, at best. The destination requires efficient tourism intelligence and modernizing their tourist information points with cutting-edge ICT and mobile applications designed for tourism.

**KEYWORDS:** INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES; TOURIST DESTINATION; MAZATLAN

## **INTRODUCCIÓN**

En el ámbito internacional, la competitividad es el grado en que un país puede producir bienes y servicios que superen la prueba de los mercados internacionales y al mismo tiempo mantener o ampliar los ingresos reales de sus ciudadanos (Porter, 2001). Al respecto, Blanke y Chiesa (2013), en el Reporte de Competitividad de Turismo-2013, identifican catorce pilares para medir y comparar la competitividad de turismo en diferentes países, entre los que se menciona la infraestructura de las Tecnologías Información y Comunicación (TICs).

Las TICs, como producto del conocimiento, son el centro de la vida; existe un gran número de dispositivos y versiones de software de aplicaciones que evolucionan muy rápidamente. Para Cobo (2009), las Tecnologías de Información y Comunicación son dispositivos tecnológicos (hardware y software) que permiten editar, producir, almacenar, intercambiar y transmitir datos entre diferentes sistemas de información que cuentan con protocolos comunes y que posibilitan tanto la comunicación y colaboración interpersonal como la multidireccional.

De acuerdo con Castells (1999) por primera vez en la historia, la mente humana es una fuerza productiva directa y no sólo un elemento decisivo del sistema de producción. McLuhan (1964) vaticinó que el uso de las nuevas tecnologías permitiría una intensa interacción entre las naciones, y el mundo se convertiría en una aldea global. Sin duda alguna, este profesor y filósofo canadiense se refería con *nuevas tecnologías* a la radio y la televisión, principalmente; no imaginaba que años más tarde, con el surgimiento de ARPANET, comenzaría una nueva revolución tecnológica popularizada en los noventas a partir del surgimiento de Internet como la red de redes. Las TICs y su rápido desarrollo han transformado a la sociedad en todos los ámbitos. En la industria del turismo, intensa en información, las relaciones entre el turista y las empresas oferentes han evolucionado de forma vertiginosa. En un binomio casi perfecto, TICs y Turismo representan un desafío no sólo para los prestadores de servicios turísticos, sino también para los gobiernos que dirigen un destino, quienes deben establecer políticas que incluyan a las tecnologías de información y

comunicación e incluirlas en la planeación estratégica como apoyo y guía para que un destino turístico proporcione servicios agregados al visitante.

Internet, las redes sociales, el comercio electrónico y la Web 2.0<sup>1</sup>, han abierto un camino de nuevas oportunidades para la industria del turismo. En la segunda década del siglo XXI, los destinos turísticos están incorporando las TICs no sólo a la gestión y gobernanza, sino también para proporcionar servicios al visitante; Ejemplos como Códigos Quick Response<sup>2</sup> (QR) en monumentos y sitios históricos, acceso a Internet gratis en sitios públicos y aplicaciones móviles de realidad aumentada, permiten ampliar la información sobre lugares a la vista del turista desde la posición donde se encuentra.

El turista ha sustituido el mapa, el folleto con información del destino y la cámara fotográfica, por un dispositivo móvil con el que emprende su viaje; los destinos turísticos deben estar preparados para este tipo de viajero y aprovechar las oportunidades que ofrecen las TICs. Según un estudio de Google (2013), el 68% de los turistas de ocio buscan en línea para tomar una decisión acerca de cuál destino visitar y el 42% está preparado para utilizar su Smartphone o tableta para buscar información del destino durante su estancia en el mismo. El visitante espera estar conectado y encontrar en el destino la tecnología aplicada a su experiencia.

El avance de los dispositivos móviles en conjunto con la geolocalización, han permitido el desarrollo de nuevas interfaces donde la información se personaliza en función del contexto (usuario y localización geográfica) y se puede combinar en una misma interfaz de información sobre el espacio físico donde se sitúa el usuario (Freire y Gutiérrez-Rubí, 2010).

El sector del turismo es complejo, donde prácticamente se involucran todas las actividades económicas, los niveles de gobierno y los sectores público y privado. Según el Gobierno del Estado de Sinaloa (2011) en su Plan Estatal de Desarrollo 2011-2016, el turismo se convirtió en años recientes en uno de los pilares de la economía, donde cada uno de los elementos que intervienen en la cadena en conjunto, determinan la experiencia del visitante; aunado a ello, se encuentran las obras de infraestructura así como los servicios de valor agregado que complementan la estancia del turista, en donde destacan los servicios de salud e información.

El impacto de las TICs en la industria turística se basa, principalmente, en la gran cantidad de información que consume y produce el viajero, Freire y Gutiérrez-Rubí,

---

<sup>1</sup> Término atribuido a Tim O'Reilly al dictar una conferencia en 2004 para definir aquellos sitios web que facilitan la colaboración y el compartir información.

<sup>2</sup> Se refiere a un tipo de código de barras con información codificada dentro de un cuadrado, permitiendo almacenar gran cantidad de información alfanumérica.

(2010) establecen que la información no ha dejado de crearse desde el nacimiento de las tecnologías digitales; sobre todo, la generada a través de las redes sociales. El turista busca información de los usuarios sobre sus experiencias en los destinos que desea visitar, sitios como *tripadvisor* son una referencia clara en la fase de decisión de compra y en la socialización de la experiencia. Los turistas, sin necesidad de conocimiento especializado, pueden convertirse en creadores y gestores avanzados de conocimiento sobre la experiencia en el destino visitado, lo que los destinos deben monitorear y asimilar en pro de una gestión eficiente.

El objetivo de este estudio fue analizar la capacidad de Mazatlán como destino turístico para responder a la demanda turística que se caracteriza hoy en día por el uso intensivo de las TICs, así como la disposición y preparación para recibir a un turista que utiliza cada vez más las TICs para planear y vivir la experiencia de su viaje.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

Esta investigación está basada en la perspectiva metodológica cualitativa, la cual permitió un análisis de las percepciones y experiencia de los actores turísticos. Se realizó un análisis utilizando fuentes primarias y secundarias relacionadas con el binomio turismo y las TICs, considerando como variable las facilidades que da el destino turístico a sus visitantes en cuanto a TICs, que incluye la página web del destino, presencia en redes sociales, políticas públicas con énfasis en el turismo, acceso a Internet gratis en sitios públicos, aplicaciones para móviles, información electrónica del destino en sitios estratégicos, señalética adecuada y el contar con sistemas de información turística eficiente.

El estudio consistió en dos fases; la primera, en la revisión de la literatura correspondiente a las tecnologías de información y comunicación y su aplicación al campo del turismo y la segunda, constó de entrevistas semiestructuradas y cuatro foros agrupados por actores turísticos con características comunes como asociaciones de hoteles (gerencias de ventas), transportistas, restaurantes, clubes de marina, touroperadores y actores estratégicos que incluyó a personal de la Secretaría de Turismo en Sinaloa y el Ayuntamiento de Mazatlán. Se realizaron cinco entrevistas a actores estratégicos identificados después de la inmersión inicial, ajustándose acorde al avance y cumplimiento de las etapas del estudio.

## **RESULTADOS DEL TRABAJO**

Entre los principales resultados se encuentra la inexistencia de un portal Web oficial y administrado localmente que promueva y administre al destino. Se identificaron 14 sitios web, que cumplen con la característica principal de promocionar los atractivos de

Mazatlán y sus principales eventos, sin fines de lucro evidentes. La tabla 1 muestra que de los 14 sitios encontrados, 6 de ellos (43%) son de carácter público: 4 de carácter municipal los cuales no promueven al destino en su conjunto sino a un sitio o evento en particular (la administración del municipio de Mazatlán, Cultura, el Carnaval y el Acuario), uno a nivel estatal con noticias y notas relacionadas sobre el turismo en el estado, y finalmente, a nivel federal *visitmexico* como el portal oficial de turismo en México, dedicado a la promoción del país y todos sus destinos; 8 (57%) han sido creados por la iniciativa privada, cuyo elemento principal es el de promocionar eventos de diversa índole en el destino, o de informar sobre sus atractivos.

**Tabla 1.** Sitios Web que promocionan a Mazatlán como destino turístico

Sitio	Tipo	Clari- dad	Infor- mativa	Actua- lizada	Rele- vancia	Publi- cidad	Fun- cional	Idiomas	Redes Sociales
mazatlan.gob.mx	Municipal	Si	Si	Si	No	No	Si	Español	2
visitmexico.com/ es/mazatlan	Federal	Si	No	No	No	Si	Si	Es/Ing/Fr	6
www.gomazatlan .com	Iniciativa Privada	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Es/Ing/Fr	1
www.carnavalma zatlan.net	Municipal	Si	No	Si	Si	No	Si	Español	3
www.mazatlanint ernationalcenter. com/inicio	Iniciativa Privada	Si	Si	Si	Si	Conven- ciones	Si	Es/Ing	8
culturamazatlan. com	Municipal	Si	Si	Si	No	Si	Si	Español	3
marinamazatlan. com.mx	Iniciativa Privada	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Es/Ing	0
turismo.sinaloa.g ob.mx/turismo2/t urismo/sol-y- playa	Estatal	Si	No	Si	Si	No	Si	Traductor (todos)	0
www.mazatlanint eractivo.com.mx/ new/index.php	Iniciativa Privada	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Traductor (todos)	1
destinomazatlan. com	Iniciativa Privada	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Traductor (todos)	3
www.mazatlanm ycity.com	Iniciativa Privada	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Es/Ing	0
www.pacificpearl. com	Iniciativa Privada	Si	Si	No	Si	Si	Si	Inglés	0
mazatlanlife.com	Privada	No	Si	Si	No	No	Si	Inglés	3
www.acuariomaz atlan.com	Municipal	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Es/Ing	4

**Fuente:** Elaboración propia.

Con respecto a las redes sociales al servicio del turista, el 71% de los portales analizados cuenta con al menos una, y el 70% tiene tres o más, lo que permite ampliar la información en el portal relacionado. Sin embargo, el destino carece de un espacio oficial propio en redes populares como Facebook o Twitter las cuales permitirían conocer de primera mano las preferencias, dudas y actitudes hacia el destino, así

como el interactuar con personas locales en la búsqueda de información, algo que se da naturalmente en este tipo de redes. En este sentido, Mazatlán carece de un sistema de inteligencia turística que almacene, procese y convierta en conocimiento para la toma de decisiones, la información proporcionada por los usuarios acerca de este destino turístico a través de las TICs.

Existen en Mazatlán ocho sitios que proporcionan información de manera tradicional al turista a través de mapas y folletos impresos; al respecto, se encontró que no existen iniciativas para incluir en estos esquemas de dar información, la incorporación de conocimientos al personal para apoyar al visitante en el uso de las TICs en el destino o de dotar a los Puntos de Información Turística (PIT) con tecnologías que fortalezcan su función.

En cuanto a las aplicaciones para móviles, los hallazgos fueron que se están desarrollando algunas sobre Mazatlán, y entre sus características incluyen la realidad aumentada y mapas de los principales sitios; sin embargo, es importante mencionar que la señalética en el destino es insuficiente y no cumple con las condiciones necesarias para la correcta operación de este tipo de aplicaciones.

Por otro lado, a principios de 2014, en Mazatlán se incorporaron los códigos QR a 21 de los principales atractivos turísticos, con la finalidad de proporcionar al visitante información más detallada sobre el sitio; cantidad que se tiene planeado incrementar para el 2015.

En cuanto al servicio de Internet gratis en sitios públicos, en el marco del programa “Sinaloa digital”<sup>3</sup> del Gobierno del Estado de Sinaloa, se implementó conexión WiFi en espacios públicos como plazuelas y lugares concurridos; lo que se suma a algunos proveedores que ya proporcionaban este servicio a sus clientes a nivel nacional.

Finalmente, en lo que respecta a las políticas públicas con énfasis en el turismo y las TICs, la inversión inicial por parte de los gobiernos es prioritaria como punto de partida para que en el destino se implemente infraestructura de información y comunicación. Existen iniciativas separadas como la necesidad de crear un fuerte y competitivo sistema sobre ciencia, tecnología e innovación, y de imprimir un enfoque turístico al Programa Nacional de Infraestructura que incluye a las TICs. Asimismo, se encontró que el Plan Estatal de Desarrollo 2011-2016 tiene como propósito general convertir al turismo en el nuevo motor de la economía sinaloense, y entre sus líneas de acción se establece la obtención de liderazgo turístico utilizando tecnologías de última generación.

---

<sup>3</sup> Programa estatal creado por la Secretaría de Innovación Gubernamental.

## CONCLUSIONES

La innovación juega un papel muy importante en la competitividad de un destino, principalmente en el desarrollo de las TICs al servicio del mismo, que incluya aplicaciones que acompañen al turista en su experiencia de viaje. Los destinos deben apuntar a la creación del portal Web interactivo del destino que ofrezca y de cuenta de la oferta existente, así como aplicaciones que muestren lugares de visita, al ofrecimiento de museos y sitios digitales en Internet, cartelera de eventos, mapas, realidad aumentada, códigos QR para ampliar la información sobre algunos sitios y monumentos.

Mazatlán, Sinaloa, es un destino maduro de sol y playa que necesita incorporar tecnologías de información y comunicación en sus servicios que faciliten al turista la información necesaria que le permitan disfrutar de los atractivos y servicios que ofrece. Es necesario que los esfuerzos, tanto públicos como privados, se coordinen y se canalicen con el fin de hacer de Mazatlán un destino competitivo en el ámbito de las TICs; anteponerse a las necesidades de un turista que dispone de un Smartphone o tableta durante su viaje con acciones que complementen las actividades que realizan las empresas turísticas, que optaron por integrar las TICs a sus modelos de negocio.

En el marco de visualizar a Mazatlán como un destino turístico innovador por la incorporación de las TICs a la experiencia del turista, la gestión y la planificación ordenada a mediano y largo plazo con el apoyo financiero del gobierno federal, son fundamentales para que este modelo de destino sea aprovechado con las oportunidades que presenta este nuevo paradigma con respecto al modelo tradicional de destino.

Se requiere un sistema de información integral, que permita contar con información concentrada y tratada que apoye la toma de decisiones y ayude a identificar las necesidades reales del viajero y del destino a través de la información que procesa. El viajero ahora consume información y genera sus propios contenidos para ser consumidos por sus contactos, lo que se maximiza gracias a los dispositivos móviles. Es necesario crear mecanismos para la captación y tratamiento de la información generada sobre el destino por el visitante con la finalidad de capitalizarla en beneficio de los que participan en la actividad turística.

Se puede inferir que Mazatlán debe incorporar las Tecnologías de Información y Comunicación a la gestión estratégica de la actividad turística de forma intensa, lo que le permitirá estar a la vanguardia en el uso de los dispositivos y desarrollo de aplicaciones en aras de incrementar su competitividad, así como invertir en planes y

proyectos que permitan cautivar al turismo por ser un destino moderno y de cara al futuro.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Blanke, J., y Chiesa, T. (2013). *The Travel & Tourism Competitiveness Report: Reducing Barriers to Economic Growth and job Creation*. Geneva, Switzerland: World Economic Forum.
2. Castells, M. (1999). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. La sociedad red*. Vol. I. Argentina: Siglo XXI Editores.
3. Cobo, J. (2009). El concepto de tecnologías de información. Benchmarking sobre las definiciones de TIC en la sociedad del conocimiento. *Zer*, 14(27), 295-318. Recuperado de <http://www.ehu.es/zer/es/hemeroteca/numero/27>
4. Freyre, J. y Gutiérrez-Rubí, A. (2010). *2010-2020. 32 tendencias de cambio*. <http://www.gutierrez-rubi.es/32-tendencias-de-cambio-2010-2020/> , consultado 5/9/2014.
5. Gobierno del Estado de Sinaloa. (2011). Plan Estatal de Desarrollo 2011-2016.
6. Google. (2013). *The 2013 traveler*. [http://ssl.gstatic.com/think/docs/2013-traveler\\_research-studies.pdf](http://ssl.gstatic.com/think/docs/2013-traveler_research-studies.pdf). Consultado 19/09/2014.
7. Kuhn, T. (1962). *La estructura de las revoluciones científicas*. Edición electrónica 2010. México: Fondo de Cultura Económica.
8. McLuhan, M. (1964). *Understanding Media. The Extensions of Man*. United Kingdom: Routledge.
9. Porter, M. E. (2001). *Competitive Strategy, Techniques for Analyzing and Competitors*, Free Press, Nueva York, (Versión española, Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia, México: CECSA).



## **Síntesis curricular de los autores**

### **Dra. María Aída Santillán-Núñez**

Doctora en Educación por la Escuela Normal de Sinaloa, estudios de Licenciatura y posgrado en Sistemas de Información, Profesora Investigadora de la Universidad de Occidente, adscrita al Departamento de Ciencias Económico-Administrativas. Cuenta con reconocimiento de Perfil deseable por el PROMEP, miembro Titular de la Academia Mexicana de Investigación Turística (AMIT), integrante del Sistema Sinaloense de Investigadores y Tecnólogos (SSIT) y miembro del Registro Conacyt de Evaluadores Acreditados (RCEA). Colabora con el CAC Análisis y Desarrollo Regional. Cultiva actualmente las líneas de investigación Tecnologías de Información y Gestión del conocimiento en el área turística. En el ámbito académico ha ocupado puesto de jefe de departamento de carrera y coordinadora de maestría. Es profesora del núcleo básico del doctorado en Gestión del Turismo, inscrito en el PNPC. Ha dirigido diversas tesis en niveles maestría y licenciatura. Ha participado como ponente en congresos Nacionales e Internacionales en Colombia, España, Cuba y Costa Rica.

### **Dra Mónica Velarde-Valdez**

Profesora Investigadora de la Universidad de Occidente, realizó estudios profesionales de Maestría en Administración, Doctorado en Estudios Organizacionales y tiene Especialidad en Turismo Sostenible. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores nivel 1 y miembro honorífico del Sistema Sinaloense de Investigadores y Tecnólogos. Actualmente es Coordinadora del Doctorado en Gestión del Turismo, inscrito en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT). Ha dirigido y concluido diversas tesis en niveles doctorado, maestría y licenciatura. Es evaluadora de CONACYT y de diversas revistas especializadas. Ha participado en distintas ocasiones como ponente en congresos Nacionales e Internacionales en España, India, Colombia, Brasil, Polonia y Costa Rica. Cuenta con diversas publicaciones como: libros, revistas indizadas y capítulos de libro.

### **M.C Kennedy Obombo-Magio**

Estudiante del Doctorado en Gestión del Turismo en la Universidad de Occidente, Mazatlán México. Realizó estudios en Gestión del Turismo en Moi University, Kenia; Miembro de la Asociación Mexicana de Investigación Turística (AMIT), la Red de Investigadores y *Centros de Investigación (RICIT)* y miembro fundador de la Asociación de Profesores de Español (ATS-Kenia). Se ha desempeñado como profesor de materias de gestión de turismo y español como lengua extranjera. Ha

dirigido diversas tesis de nivel licenciatura y participado en proyectos de investigación, ponencias, conferencias y congresos en países como España, México, Kenia y Uganda. Ha publicado libros y artículos en revistas arbitradas. Sus intereses de investigación incluyen: la gestión del turismo sustentable, turismo y reducción de la pobreza y la participación comunitaria en el desarrollo del turismo.

**Institución de los autores.**

Universidad de Occidente. México

**Fecha de Recepción:** 03 de noviembre 2014

**Fecha de Aprobación:** 11 de diciembre 2014

**Fecha de Publicación:** 06 de febrero 2015