

LA TECNOLOGÍA Y SU REPERCUSIÓN EN LOS TIPOS DE TURISTAS EN MÉXICO

Luisa Fernanda Sánchez Pérez¹

Facultad de Turismo y Gastronomía
Universidad Autónoma del Estado de México

Mariam Jiménez Manzo

Facultad de Turismo y Gastronomía
Universidad Autónoma del Estado de México

M. en A. Edel Cruz García

Facultad de Turismo y Gastronomía
Universidad Autónoma del Estado de México
edellcruz@gmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Luisa Fernanda Sánchez Pérez, Mariam Jiménez Manzo y Edel Cruz García (2019): "La tecnología y su repercusión en los tipos de turistas en México", Revista de Investigación Latinoamericana en Competitividad Organizacional RILCO, n. 4 (noviembre 2019). En línea: <https://www.eumed.net/rev/rilco/04/tipos-turistas-mexico.html>
<http://hdl.handle.net/20.500.11763/rilco04tipos-turistas-mexico>

RESUMEN

Dentro del turismo en México, el uso de las redes sociales y las nuevas tecnologías, han modificado la forma en que los turistas gestionan su viaje y sus experiencias durante su travesía. Con ayuda del denominado turismo virtual que consiste en utilizar herramientas de realidad virtual para reproducir el ambiente de los lugares, se convierte en una estrategia para conocer y experimentar los destinos antes de viajar.

¹ Este trabajo fue realizado en conjunto con Guzmán Camacho Gustavo Eduardo, Cruz Zúñiga Karla Nicolle, Ornelas Ramírez Aidé Alheli, Boix Jordan Luz Elena, en la materia de Metodología de la Investigación para un proyecto curricular en Facultad de Turismo y Gastronomía de la UAEMéx.

De acuerdo a lo anterior este modo de publicidad no reemplaza la experiencia de viajar, sólo es una forma, de brindarle al turista un conocimiento previo del sitio que desea visitar. Característica poco positiva del turismo actual es que la gente viaja con la idea de buscar paisajes atractivos o exóticos para compartirlos por las redes sociales, situación que puede hacer de su visita una experiencia trivial porque dejan de lado el conocimiento real del lugar. Para ello se va a efectuar una aproximación en investigaciones existentes sobre este tema a través de una revisión de artículos.

En general, la idea de los artículos abarca cuatro ejes: Tecnología, Innovación, Accesibilidad y Sostenibilidad. En el primer eje se hablará sobre la importancia de la tecnología en el turismo y de cómo ha influido - e influye - en la manera en se viaja. En el segundo eje se destacará el desarrollo que ha tenido la innovación en los negocios turísticos, incluyendo nuevas ideas, productos y servicios. En el tercer eje habla sobre turismo accesible como una de las prácticas turísticas que se desprende de Turismo para todos, y en el cuarto eje se enfocara con el objetivo de que mejore el comportamiento del consumidor del sector turístico y se impulse con más ahínco un turismo verde por parte de los proveedores de servicios.

Por lo tanto, bajo estos ejes, los destinos podrán adaptarse al nuevo perfil de viajero hiper conectado y acompañarlo en el ciclo del viaje. Y de igual manera conocer sus impactos.

PALABRAS CLAVE

Tecnología, Innovación, Accesibilidad, Sostenibilidad, turismo, redes sociales, estrategias, oferta, demanda, repercusión, viajar, atracción, recursos, jóvenes, calidad.

ABSTRACT

Within tourism in Mexico, the use of social networks and new technologies have modified the way tourists manage their trip and their experiences during their journey. With the help of the so-called virtual tourism that consists of using

virtual reality tools to reproduce the environment of the places, it becomes a strategy to know and experience the destinations before traveling.

According to the above, this mode of advertising does not replace the travel experience, it is only one way, to give the tourist a prior knowledge of the site you want to visit. Little positive characteristic of current tourism is that people travel with the idea of looking for attractive or exotic landscapes to share them through social networks, a situation that can make their visit a trivial experience because they leave aside the real knowledge of the place. To this end, an approximation will be made in existing research on this topic through a review of articles.

In general, the idea of the articles covers four axes: Technology, Innovation, Accessibility and Sustainability. The first axis will discuss the importance of technology in tourism and how it has influenced - and influences - the way it travels. The second axis will highlight the development that innovation in tourism businesses has had, including new ideas, products and services. In the third axis, it talks about accessible tourism as one of the tourist practices that emerges from Tourism for all, and in the fourth axis, it will focus on the objective of improving the consumer behavior of the tourism sector and driving tourism more vigorously green by service providers.

Therefore, under these axes, destinations will be able to adapt to the new hyper-connected traveler profile and accompany it in the travel cycle. And likewise know its impacts.

KEYWORDS

Technology, Innovation, Accessibility, Sustainability, tourism, social networks, strategies, supply, demand, impact, travel, attraction, resources, youth, quality.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las nuevas tecnologías han favorecido mucho a los turistas cuando realizan un viaje a México, pues han hecho que cada vez más los clientes opten por reservar sus viajes a través del ordenador vía internet, en lugar de ir directamente a las agencias de viajes, eso ayuda a que las ventas asciendan.

Los establecimientos turísticos se están beneficiando de los softwares de gestión de hoteles con el objetivo de optimizar sus procesos de negocios. La tecnología facilita el acceso a los clientes, pues el turista hace uso de la tecnología desde el momento en el que ingresa a un sitio de internet a elegir un paquete de viaje, hasta el momento en el que lleva a cabo dicho viaje y en la orientación de los segmentos de mercado.

Las herramientas a las que los turistas tienen acceso son Smartphone, tabletas, iPod, iPad, cámaras digitales, equipos de video y redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube y twitter.

Es importante sondear cómo los jóvenes que estudian Turismo hacen uso de dichas tecnologías para poder conocer gran variedad de sitios y observar si cuentan con los recursos necesarios y de esa forma brindar mayor difusión para ser conocidos, a la vez que es importante saber si los turistas conocen distintas herramientas tecnológicas para observar de que manera influye eso en los servicios que contratan.

Es importante que las empresas tengan en cuenta que deben estar a la vanguardia de la calidad y competitividad en los productos que ofrecen, ya que la imagen dice mucho de qué hablar para que un turista tenga las ganas de regresar. Deben estar en constante innovación para que tengan mucha demanda, la tecnología ayuda mucho a que estos lugares sean conocidos, pues gracias a las páginas de internet, a los anuncios publicitarios, la radio, la televisión, las agencias de viaje, etc.

El turista busca destinos donde se sienta seguro, donde tenga garantizado un buen trato, una buena relación calidad precio, una atención profesional y confianza. No queremos dudar de los hoteles, de los destinos. Cada vez se demanda más esa tranquilidad. Los beneficiados serán aquellos establecimientos y destinos sinceros, serios y profesionales.

El acceso a internet, el wifi gratuito en hoteles, restaurantes no es ya un capricho sino una necesidad. Por ello la necesidad de estar en constantes avances tecnológicos, para que sea más fácil el acceso al momento de llevar a cabo un viaje. Un gran problema que enfrenta México es que los turistas no le dan buen cuidado a los servicios a los que tienen acceso y eso debe tratarse

porque no está bien maltratar algo de lo que también se gozará. La actividad turística constantemente está enfrentando distintos problemas, algunos son temas de inseguridad y otros son en cuanto a las redes sociales, ya que no se actualizan las páginas y uno puede seguir creyendo cosas que no sucederán, es por eso que es muy importante llevar a cabo encuestas y evaluaciones de cualquier tipo en donde el turista pueda expresar como fue la calidad del servicio brindado y de esa forma mejorar, siempre mirando hacia el frente, ya que el objetivo es que el turista este satisfecho, pero todo esto siempre con ayuda de la tecnología.

HIPÓTESIS

La actividad turística comprende el desplazamiento del lugar habitual de residencia y la pernoctación por un periodo superior a 24 horas y menor a un año para el disfrute de un destino turístico. Gracias a la evolución de las tecnologías la actividad ha ido generando un mayor crecimiento económico y los destinos se han ido consolidando cada vez más.

El uso de tecnologías no sólo influye en los turistas, sino que principalmente en los destinos turísticos, ya que existe mayor difusión de ellos, por ejemplo, a través de videos en YouTube, en anuncios publicitarios, Facebook, Instagram, entre otras redes sociales que hacen mayor divulgación para que la gente descubra lugares que no son muy visitados.

Una vez que el turista finaliza su viaje es necesario que se lleve a cabo una evaluación, es decir, una encuesta, para saber qué tan bueno fue el servicio y que se puede mejorar, de manera que los puntos a favor se sigan reforzando y en las cosas que se deban corregir se trabaje y se busquen nuevas alternativas.

Entonces una vez que el turista regresa del viaje comparte su experiencia en las redes sociales, principalmente en Facebook e Instagram, por medio de

fotos y comentarios acerca del lugar visitado y esto es lo que va atrayendo a los demás turistas, generando mayor demanda del lugar.

“Si la aplicación de los avances tecnológicos en los destinos turísticos; así como en su divulgación para la planeación de un viaje influye en los gustos y preferencias del turista en México, entonces generará mayor oferta y demanda”

Unidades de observación: Turistas en México.

Variable independiente: Aplicación de los avances tecnológicos en los destinos turísticos; así como en su divulgación para la planeación de un viaje

Variable dependiente: Generará mayor oferta y demanda.

Relación lógica: Si; entonces.

OBJETIVO GENERAL

- Explicar la repercusión de la tecnología en los turistas jóvenes en México, a través de la comunicación por medio de las Tics.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Identificar las tendencias en redes sociales para lograr que el turista realice viajes.

INTRODUCCIÓN

El principal propósito de este trabajo es argumentar sobre la tecnología, es decir, como es la involucración por parte del turista al momento de decidir un viaje, desde que hace uso del internet para elegir un destino turístico, hasta el momento que lleva a cabo el viaje, lo publica en las redes sociales y lo recomienda a otras personas, también es importante tener en cuenta el uso que le dan las empresas a la tecnología, hablando de la difusión que hacen hacia los servicios que prestan y de igual manera, ver de qué forma actúan los turistas ante esa situación.

Los medios para fortalecer la difusión de destinos turísticos principalmente son sitios web y redes sociales, ya que generan un gran impacto y tienen repercusión en los turistas, por ejemplo, si ellos ven que en el sitio hay recomendaciones muy buenas acerca del destino, hará que sea un lugar con alta demanda.

Es muy importante también que los turistas mexicanos conozcan los destinos para que los recomienden a sus amigos y de esa forma se expandan cada vez más, por lo general la característica que tiene todo turista es que una vez que llevo a cabo su viaje decide compartirlo, subiendo fotos o hablando de su experiencia en redes sociales, suele hablar de cómo fue el trato por parte de los prestadores de servicios. Esto crea la necesidad de establecer conexiones inalámbricas y eficientes en los principales lugares turísticos y con los prestadores de servicios. El proporcionar un buen servicio de internet puede ser clave para el turista al momento de tomar la decisión de qué lugar elegir, al mismo tiempo la tecnología funciona como una herramienta de marketing muy efectiva para el prestador de servicios, ya que el turista usa las redes sociales en todo momento con el objetivo de dar cumplimiento a su visita, es decir, lograr mayor difusión por parte de los turistas, ya que ellos son quienes viven la experiencia y pueden ser testigos del servicio de calidad en cada lugar. También es de suma importancia visualizar los problemas que más apremian en los servicios turísticos, para buscar soluciones y alternativas que los favorezcan.

Y a través de algunos artículos como la visión global del turismo, que se refiere al crecimiento de la actividad turística en un futuro gracias al uso de tecnologías, así como las realidades del turismo, la innovación y la sustentabilidad que hablan de desafíos y mejoras para poder tener evidencia que, desde hace cinco años a la fecha, han ido mejorando las herramientas digitales gracias al avance tecnológico, favoreciendo la demanda turística y posicionando a México entre los primeros diez lugares con mayor número de turistas.

ESTADO DEL ARTE

El turismo, sin bien se sabe es una forma de recreación que mantiene un periodo mayor a las 24 horas. México ocupando el 6° lugar en desarrollo económico a partir del turismo, y dentro de los principales turistas se encuentra extranjeros atraídos por la tecnología, presente en los aparatos inteligentes.

Sin embargo, al ser la tecnología un tema de innovación y explicación es necesario identificar cada una de las características que tiene el mismo, para así canalizarlo como evolución y repercusión en la cotidianidad de población mundial.

Diversos autores como Nicholas Carr (2014) afirman que la tecnología puede desempeñar un rol importante en la vida de cada individuo en la actualidad, sin embargo, así mismo puede ser factor determinante en el cambio de ideología de las personas.

“Nuestra habilidad para programar computadores que asumen una de nuestras tareas y talentos no se va a detener, de modo que pienso que el reto es diseñar y usar la tecnología de manera más sabia. Esto significa que hay que usar la automatización para extender y expandir nuestros talentos y no para reemplazarlos”

Es cierto que la tecnología atrajo consigo una gran variedad de facilidades para la sociedad, al menos en la juventud es una ventaja para descubrir y explorar un nuevo mundo del saber, y gracias a ello, empresas de educación, así como comerciales se favorecen de la derrama económica causada por los jóvenes como personajes principales en el desarrollo del turismo. Sin embargo no todos opinan lo mismo en el segundo apartado de artículos de investigación se reconoce la importancia de la tecnología, pero así mismo se rescatan puntos negativos en el mismo.

Pero, ¿A qué se debe la aberración de la innovación y la llegada de extranjeros en los espacios turísticos? Diversas culturas mexicanas tradicionales no aceptan éste desarrollo; algunos se ven influenciados por ideas religiosas, que nos son aceptadas para aceptar la diversidad de gustos y preferencias como se está acostumbrado en la metrópoli. Y para ello se realiza la siguiente investigación, teniendo como idea central el reconocer si es un factor positivo o negativo el desarrollo turístico a partir de los avances tecnológicos, además el

por qué ciertas comunidades se niegan a desarrollar el turismo en sus comunidades, ¿es cuestión de ideología, ante la obligación de implementar avances tecnológicos, y personas extrañas o ajenas a su región dentro de sus comunidades o simplemente es un factor social que se determina así por generación?

Es necesario rescatar la importancia que tiene el medio ambiente y la sociedad siendo un espacio evolutivo, o al menos modificable debido a factores tales como la necesidad del desarrollo económico a través de los recursos básicos; por tanto al hablar de la repercusión de la tecnología no sólo se aborda el proceso que conlleva de manera externa, sino todos aquellos rubros que emergen desde el interior para adaptar a toda una población para lograr el turismo actual; es decir, diversas comunidades del centro de México aún mantienen sus tradiciones y costumbres arraigadas a los hábitos como individuos y sociedad.

Sin embargo, ¿Puede ser un factor negativo determinante para el estancamiento económico de las poblaciones al no saber manejar la sostenibilidad como objetivo inicial?

Dentro de la investigación empírica y de campo los textos señalan en conjunto, que se debe manejar un equilibrio entre: *Tecnología*, la cual ha mantenido influencia constante en nuestra vida diaria, como se menciona en la mayoría de los artículos, además *Innovación*, para mantener el desarrollo de las poblaciones, y así evitar un estancamiento social - productivo, además de; *Accesibilidad*, para que no sólo las empresas responsables de muchas actividades realizadas en la metro Pili, sino que así mismo comunidades más marginadas de México obtengan la posibilidad de emprender, sino que de manera individual cada persona pueda obtener acceso a las nuevas tendencias. Y finalmente *Sostenibilidad* que, a pesar de no ser el único objetivo, si se encuentra dentro de los esenciales; puesto que sin el cuidado de los recursos naturales, nada funcionaría como hasta ahora.

METODOLOGÍA

La tecnología es una poderosa herramienta que facilita la comunicación, la influencia y la socialización. Este estudio investigó a jóvenes mexicanos de la

facultad de turismo de la Universidad Autónoma del Estado de México, nos interesó conocer los usos que le dan, el impacto de las redes en las relaciones sociales, el uso de éstas para obtener y transmitir información con respecto a los paquetes turísticos y la percepción de los estudiantes con respecto a la difusión del turismo en las redes sociales.

Para analizar lo anterior se decidió utilizar el método descriptivo, donde escogimos a nuestra población de treinta estudiantes, fueron escogidos al azar y también aplicamos el enfoque cualitativo, porque los datos recabados, se obtuvieron a partir de observaciones indirectas, a través de cuestionarios en línea, investigaciones y análisis. De allí que el método cualitativo aplica procedimientos interpretativos y analíticos para el abordaje de nuestro objeto de estudio, que es la tecnología y las repercusiones en los tipos de turistas en México. Para dimensionar información sobre patrones de uso de la tecnología, identificar el uso y percepciones de la publicidad del turismo en Internet y determinar el comportamiento de los turistas con el teléfono móvil en las redes sociales.

RESULTADOS

ESTUDIO DE CASO CUALITATIVO

El 43.3, 44 % fue el porcentaje más alto de los encuestados que viaja una vez al año. Y en donde el 50,50 % que es un hecho, que su principal factor para viajar es la recreación, está, juega un papel muy importante en el turista, ya que se dedica a actividades que no son ni trabajo ni tareas domésticas, y que pueden ser consideradas como recreativas. Las actividades de ocio se hacen en el tiempo libre, y no por obligación.

Los factores que influyen más en los viajes, son los siguientes: Con un 47,47% su economía y con un 30,30 % falta de tiempo.

Evidentemente las redes sociales han hecho más fácil el acceso y la difusión de información, ahora se pasa más tiempo en Internet porque parece más rápido y sencillo comunicarse por este medio. Con el 83,3.83 % se comprueba que la mayor parte de los encuestados utiliza el celular para sus viajes y

además los encuestados utilizan el teléfono para actualizar sus redes sociales y subir fotos de sus vacaciones. Instagram 50,50% y Facebook 30,30 %.

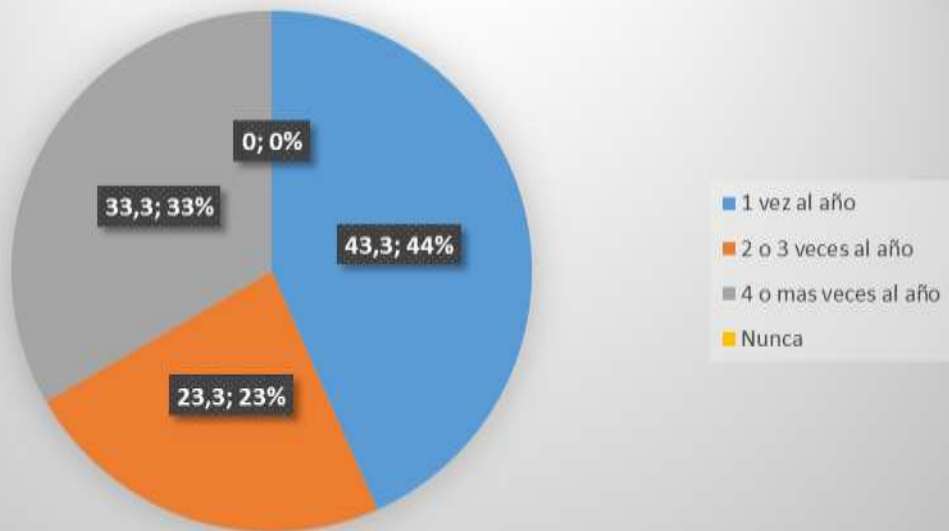
También se demostró que hay un 50 % y 50% entre si los viajes se ven influenciados por los anuncios publicitarios, formado parte junto con las reservaciones en internet 73,3 %.

Para concluir todo este impacto genera y seguirá generando nuevas tendencias en las personas ya que tienen un acceso instantáneo a una lista comprensiva y detallada de vuelos y hoteles, a menudo con la habilidad para separar la información en campos más útiles para una búsqueda específica .Por otra parte también hay que ver que debido a la necesidad de intercambiar datos personales sensibles, como la dirección de la casa y detalles del banco y tarjeta de crédito, el proceso de reservas en línea es un objetivo atractivo para criminales cibernéticos que buscan robar esta información. Por eso se tiene que tener cuidado en las reservaciones, paquetes turísticos y entre otros.

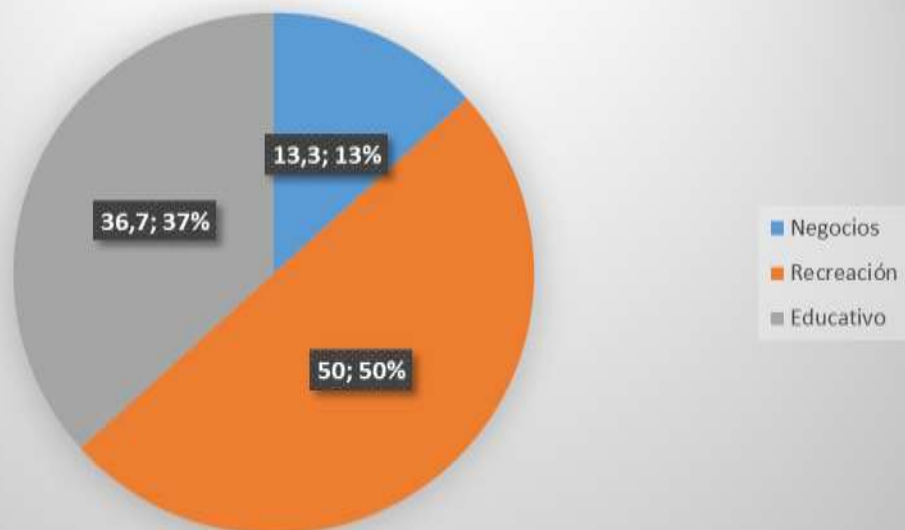
GRÁFICAS

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

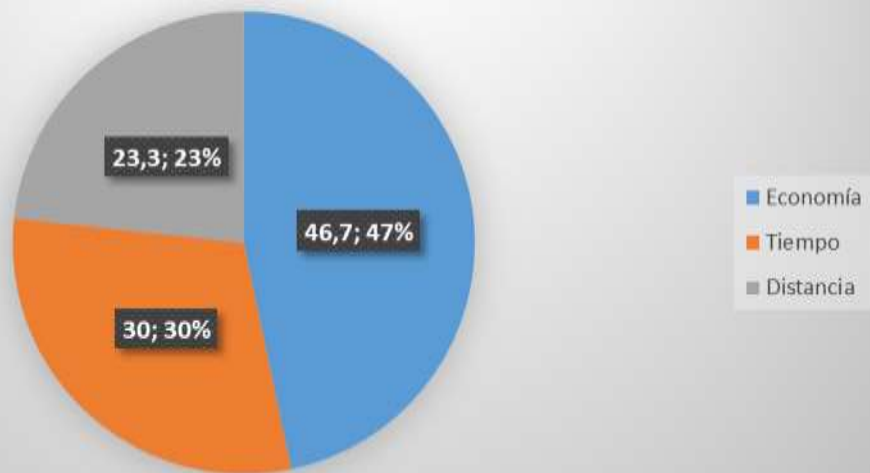
1. ¿Con qué frecuencia viajas?



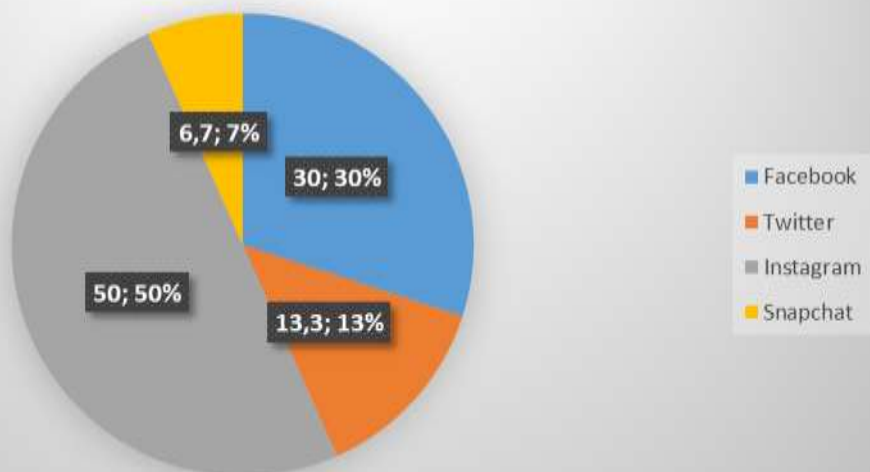
2. ¿Cuál es el factor principal de tus viajes?



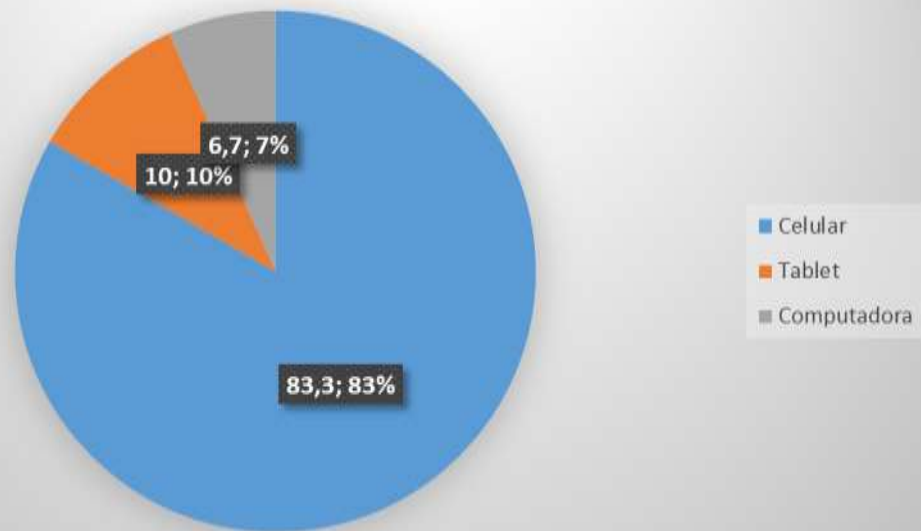
3. ¿Qué factores influyen en tu entorno para viajar?



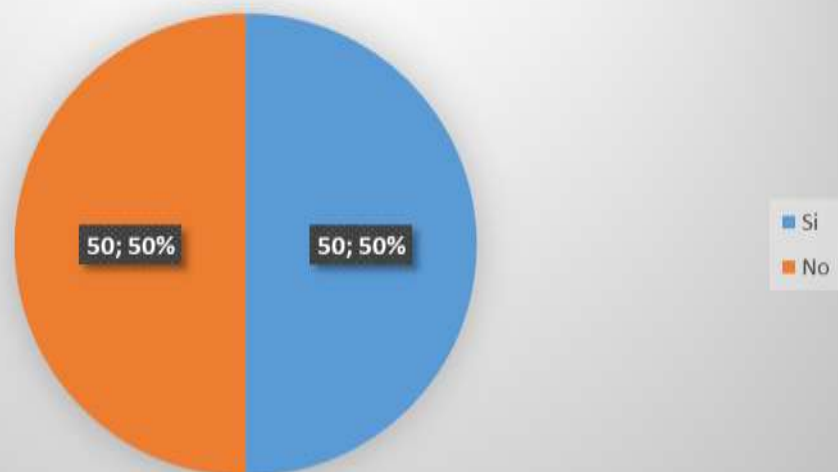
4. ¿Qué redes sociales sueles utilizar con regularidad?



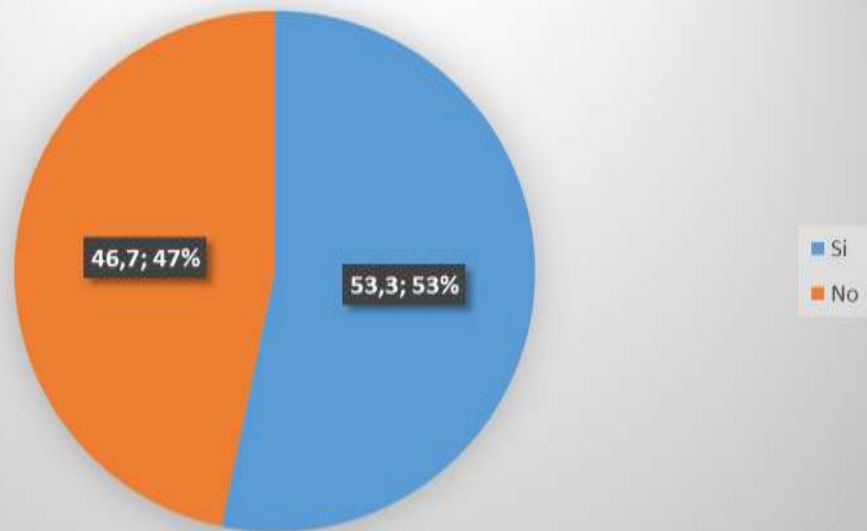
5. ¿Qué aparatos utilizas durante tus viajes?



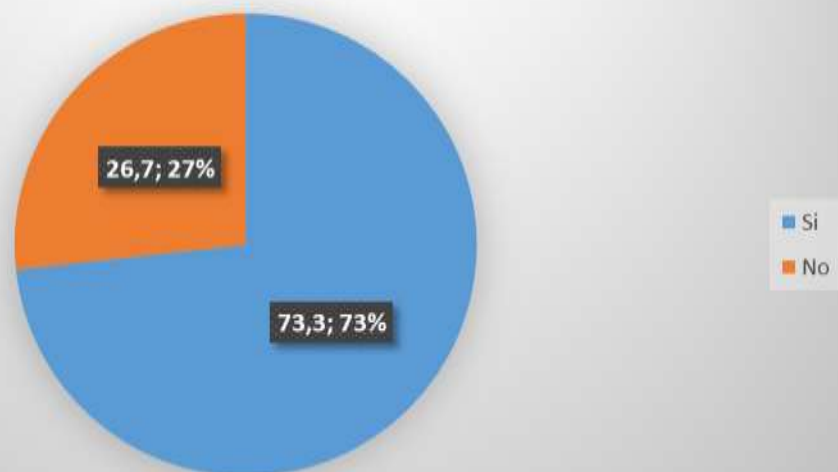
6. ¿Tus viajes se ven influenciados por los anuncios de internet?



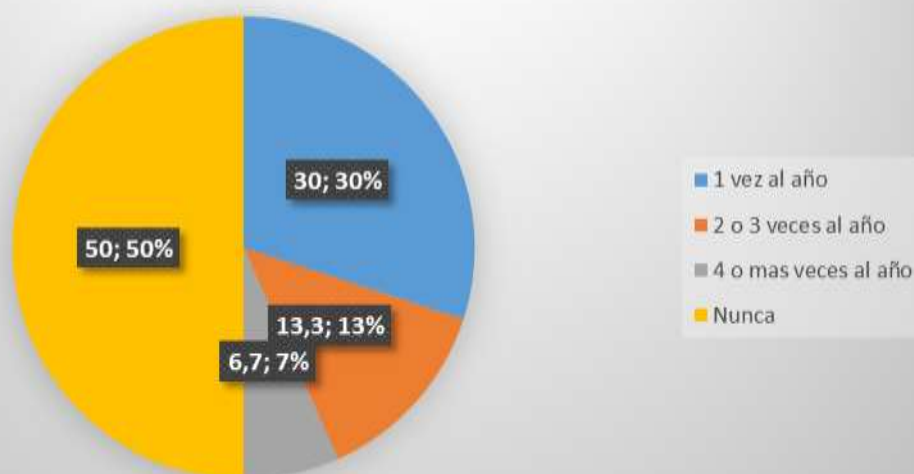
7. ¿Haces reservaciones por Internet?



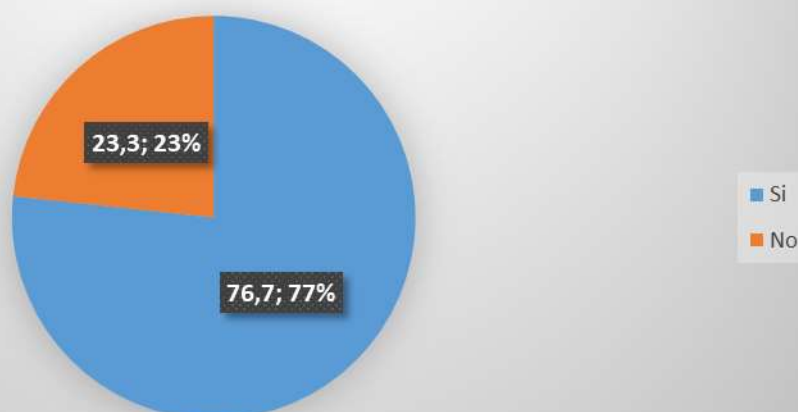
8. ¿Son útiles las páginas que ofrecen paquetes turísticos?



9. ¿con que frecuencia compras paquetes de viajes por internet?



10. ¿Son accesibles los medios que te permiten comprar paquetes de viajes por internet?



ANÁLISIS

La encuesta se aplicó a 30 estudiantes de la Facultad de Turismo de la UAEM, los resultados nos arrojan que efectivamente la tecnología ha servido de mucha ayuda para los turistas que visitan México, ya que les permite moverse de forma más rápida al momento de realizar sus viajes, en su mayoría los turistas usan el celular para llevar a cabo sus reservaciones y al mismo tiempo realizan todos los pagos para tener acceso a los servicios necesarios. Los turistas viajan una vez al año, ya que el factor que más influye es la economía, es por eso que en temporada de vacaciones los servicios son más demandados.

Como se puede observar en la gráfica número uno, la mayoría de los turistas viajan por lo menos una vez al año y el motivo de sus viajes es la recreación, ya que todo ser humano necesita de un rato de distracción y diversión.

Los sitios web constantemente se están actualizando y la mayoría de los turistas los visitan mucho para poder planear su viaje a través de los paquetes que se llegan a ofrecer y los anuncios de internet. Actualmente todas las empresas tienen como meta seguir mejorando sus servicios a través de la tecnología para aumentar el nivel de sus ganancias.

CONCLUSIONES

La tecnología es hoy en día es el principal sectores de actividad. Su impacto en el sector turístico ha sido tan grande que ha cambiado los procesos y los modelos del negocio. Los servicios y productos turísticos tienen que adaptarse cada vez más informado y exigiendo. La tecnología se ha liberado y hoy casi todo el mundo tiene un Smartphone, que lo conecta con el resto del planeta. Esto ha modificado la forma en la que buscamos información, compramos productos y servicios o como nos relacionamos con el mundo exterior. Las compras a través de los Smartphones no van a dejar de crecer y dentro de poco veremos cómo los móviles serán un medio de pago normal en hoteles, taxis, tours, restaurantes y entretenimiento durante el viaje. Uno de los puntos que resaltan es cuando se elaboraron las encuestas, dio una amplia visión de cómo es que la tecnología afecta a los turistas dando a conocer que tan

frecuente viajan o que medio utilizan para llegar a esto. La mayoría de nuestros encuestados viajan 1 vez al año y se les hace muy accesible poder encontrar paquetes turísticos por el medio de redes sociales o cualquier página de internet. Todo esto ha abarcado cuatro ejes que son: la tecnología, Innovación, Accesibilidad y Sustentabilidad los cuales tienen un gran vínculo con el sector turístico ya sea para hacerlo crecer.

FUENTES DE CONSULTA

- Domínguez, Patricia, et al. (2015). TURISMO ALTERNATIVO Y TECNOLOGÍA: PROMOCIÓN DE LA SIERRA MÁGICA POR MEDIO DE INTERNET. Revista electrónica UACH. Recuperado de: <http://revistas.uach.cl/pdf/gestur/n2/art02.pdf>
- Rodríguez, Federico y María, Andrade. (2015). VALUACIÓN DIAGNÓSTICA DE LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR HOTELERO DE MICHOACÁN, MÉXICO. Revista digital UMICH. Recuperado de: <https://www.rnee.umich.mx/index.php/RNEE/article/download/184/13/>
- Mejía, Mónica. (2015). NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN GUANAJUATO, MÉXICO. Revista de ocio y turismo. Recuperado de: https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/21997/ROTUR_2015_09_art_3.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Rodríguez, Federico y María Andrade. (2015). MÉTODO PARA LA VALUACIÓN EMPÍRICA DEL PROCESO DE INNOVACIÓN EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS TURÍSTICOS. Revista UMICH. Recuperado de: <https://rnee.umich.mx/index.php/RNEE/article/download/182/15>
- Castro, Diana, et al. (2018). TECNOLOGÍAS EN LÍNEA POPULARES PARA VIAJAR: ¿CUÁLES UTILIZAN LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS PARA HACER TURISMO? Revista UCR. Recuperado de: <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/aie/article/download/33149/32652/>
- Mejía Rocha, Mónica Isabel (2016). Desarrollo y promoción a través de las Tics de los destinos turísticos del estado de Guanajuato, México. Dialnet. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5814080>

- (Efren Jesus, 2018) Desarrollo del turismo rural en México, jóvenes en la ciencia. Recuperado de:
<http://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/1363/983>
- Miranda Martina, Alcaraz; Marco Antonio, Medina y Víctor Guadalupe, Santiago Hernández (2018): RELACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN CON EL TURISMO RURAL, CASO SIERRA DE SONORA. In: DESARROLLO REGIONAL SUSTENTABLE Y TURISMO. Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A.C <http://ru.iiec.unam.mx/3807/>
- Martínez, Citlalli (2018) ANALISIS DE SITIOS WEB TURISTICOS ESTATALES DE MÉXICO, Jóvenes en la ciencia.
<http://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/1891>
- Muñoz, Cecilia (2017) UNA NUEVA FORMA DE HACER NEGOCIOS EN EL TURISMO: LOS BUSCADORES WEB, Dialnet.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6132944>
- Gómez Carlos, et al. (2015). PAISAJE Y TURISMO RURAL EN MÉXICO: FORTALEZAS Y DESAFÍOS PARA SU POTENCIACIÓN. *Revista electrónica cielo*. Recuperado de:
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S200709342013000900014&script=sci_ar
- Secretaria de Turismo. (2016). IMPULSAN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA NUEVAS TECNOLOGÍAS Y LA DIGITALIZACIÓN. *Sitio electrónico*. Recuperado de: <https://www.gob.mx/sectur/prensa/impulsan-la-actividad-turistica-nuevas-tecnologias-y-la-digitalizacion-de-la-madrid>
- Pantaleón I. (2015). MÉXICO ¿SE ACABO EL BRILLO DEL SECTOR TURÍSTICO? *Sitio electrónico Forbes*. Recuperado de:
<https://www.forbes.com.mx/mexico-puede-descender-en-el-ranking-turistico-mundial/>

- Entorno turístico. (2019). IMPACTO DEL TURISMO EN MÉXICO Y SUS REALIDADES. *Entorno turístico*. Recuperado de:
<https://www.entornoturistico.com/impacto-del-turismo-en-mexico-y-sus-realidades/>
- Estrada I. (2017). TIC EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE TURISMO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA. *El periplo sustentable*. Recuperado de:
<http://www.redalyc.org/pdf/1934/193452905018.pdf>
- Gómez Carlos, et al. (2015). PAISAJE Y TURISMO RURAL EN MÉXICO: FORTALEZAS Y DESAFÍOS PARA SU POTENCIACIÓN. *Revista electrónica cielo*. Recuperado de:
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S200709342013000900014&scrypt=sci_ar
- Secretaria de Turismo. (2016). IMPULSAN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA NUEVAS TECNOLOGÍAS Y LA DIGITALIZACIÓN. *Sitio electrónico*. Recuperado de: <https://www.gob.mx/sectur/prensa/impulsan-la-actividad-turistica-nuevas-tecnologias-y-la-digitalizacion-de-la-madrid>
- Pantaleón I. (2015). MÉXICO ¿SE ACABO EL BRILLO DEL SECTOR TURÍSTICO? *Sitio electrónico Forbes*. Recuperado de:
<https://www.forbes.com.mx/mexico-puede-descender-en-el-ranking-turistico-mundial/>
- Entorno turístico. (2019). IMPACTO DEL TURISMO EN MÉXICO Y SUS REALIDADES. *Entorno turístico*. Recuperado de:
<https://www.entornoturistico.com/impacto-del-turismo-en-mexico-y-sus-realidades/>
- Estrada I. (2017). TIC EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE TURISMO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA. *El periplo sustentable*. Recuperado de:
<http://www.redalyc.org/pdf/1934/193452905018.pdf>
- SECTUR. (02/07/18). IMPACTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL TURISMO EN MÉXICO. 2018, de SECTUR Sitio web:

<https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/002593Pri00.pdf>

- Josué Luna Nole. (Abril 2016). EL FUTURO DEL TURISMO. San Isidro, Lima, Perú: Centro Nacional de Planeamiento Estratégico
- Simón Gaviria Muñoz. (2016). Plan sectorial del turismo. Bogotá, D.C., Colombia: MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO.
- Carlos Gauna Ruiz de León (2017) Percepción de la problemática asociada al turismo y el interés por participar de la población: caso Puerto Vallarta (33) 251 - 290
- Antón Álvarez Sousa, Cambio social y turismo: tendencia del turismo en el siglo XXI. Universidad de A Coruña