



Módulo 1

Introducción a la gestión

Lección 6- Turismo y nuevas tecnologías

En esta última lección, hemos mencionado brevemente el uso de la realidad aumentada (RA) y la virtualidad (RV) como una forma de innovar en la industria del turismo, y al mismo tiempo hacer todo para que sea interactivo e interesante.

La diferencia entre la RA y la RV es que "la realidad aumentada (RA) añade elementos digitales a una visita en directo, a menudo utilizando la cámara de un smartphone. Ejemplos de realidad aumentada: las lentes de Snapchat y el juego Pokemon Go. Realidad virtual (RV) implica una experiencia de inmersión completa que excluye el mundo físico". En los últimos años, la RV se ha convertido en una poderosa herramienta para la industria del turismo: hoteles, guías visitas guiadas o la experiencia del cliente.

En el caso de los hoteles, gracias a esta nueva herramienta, durante el proceso de reserva pueden dar a los turistas un recorrido por el hotel, en lugar de tener que leer los pies de foto y ver las imágenes. En este caso, el cliente tendrían un "paseo" por las instalaciones del hotel, para que puedan tomar su decisión fácilmente. Este nuevo método dará al hotel más transparencia y nuevas herramientas de marketing. Otro uso de la RV, es utilizar esta tecnología durante las visitas o recorridos. Por ejemplo, digamos que nuestro clientes están visitando un antiguo castillo medieval, y queremos mostrar el progreso de las obras de reconstrucción: en ese caso podemos utilizar la RV. El turista verá todas las fases y el desarrollo como si estuviera en el lugar. Serán atraídos por una nueva época y lugar. Debemos recordar que hoy en día la gente quiere coleccionar y sentir experiencias, sentirse conectado a personas y lugares.

Y, por último, la RV puede utilizarse para el proceso de reserva. El cliente tendrá la experiencia desde el principio. En lugar de utilizar un ordenador o un teléfono, utilizarán VR para reservar sus vacaciones. Podrán consultar hoteles, atracciones locales y paisaje, por ejemplo.

Ahora, hablemos de la RA. Como hemos explicado en la lección 6, la gente utiliza sus dispositivos digitales como teléfonos inteligentes o tabletas, desde el principio de la experiencia y durante el viaje en sí mismo. Por eso, la RA ha experimentado un gran avance en los últimos años. Se ha convertido en una herramienta importante para las empresas, y puede cambiar el día en que el cliente percibe el entorno.

La RA permite al turista cambiar la percepción de un lugar con la ayuda de un dispositivo, es superpone diferentes elementos.

Por ejemplo, puede utilizar un dispositivo y la RA para ver la explicación histórica de un

Asociación Estratégica Erasmus+ 2018-1-ES01-KA204-050711



ASSET
BASILICATA





monumento. Otro uso es, por ejemplo, utilizarlo apuntando a un restaurante para ver el menú.

La RA y la RV también pueden usarse para cambiar el mundo y convertirlo en un lugar mejor. Por ejemplo, algunos zoológicos ya no enjaulan a los animales. Con el uso de la RV y la RA, se puede ofrecer una visita para ver la fauna a modo de holograma, la gente puede "comprometerse" con el animal y aprender todo sobre ellos sin necesidad de mantener a los animales en cautividad.

Puede consultar el vídeo en el documento "Enlaces y recursos".

Y por último, la RA puede utilizarse para la gamificación de la experiencia. Por ejemplo, un hotel puede establecer una búsqueda del tesoro con RA. Una de las principales ventajas de la RA es que es más barata que la RV para las empresas. Para ofrecer la RV experiencias, tendrán que proporcionar los dispositivos (auriculares, gafas, etc...); pero la RA puede experimentarse a través de los propios smartphones o tabletas de los clientes. La tecnología ya está cambiando el sector de los viajes.

Ya sabíamos que la RV y la RA eran una realidad y que seguro que cambiarán el industria. Pero hoy en día, tras el estallido de COVID 19, la RV y la RA, pueden ayudar a la industria del turismo.

Según los expertos, "la pandemia de COVID-19 podría reducir 50 millones de puestos de trabajo en todo el mundo". Una de las medidas sugeridas es aumentar los presupuestos para promocionar los destinos turísticos y podría hacerse utilizando la realidad virtual (RV). Los clientes tendrán la experiencia de "probar antes de comprar", comprometiéndose con el turismo empresa, construyendo la confianza y generando el sentimiento de hype. Durante el brote de COVID19 las personas han utilizado la RV en su casa para visitar museos, asistir a a la ópera o visitar la tumba de Nefertiti en Egipto. Estas experiencias le dan la oportunidad de alejarse de la realidad por un tiempo y "soñar" con su próximo viaje... Aunque no esté permitido viajar en este momento, la gente disfrutará organizando y preparando su próximo viaje.

Los hoteles, las agencias de viajes y las compañías aéreas ya ofrecen este servicio o lo están desarrollando. En los próximos años seremos testigos de cómo la tecnología cambiará el mundo. Esperemos que tecnología ayudará a construir un modelo de turismo más sostenible, alineado con la UE o Directrices de la UNESCO.

Asociación Estratégica Erasmus+ 2018-1-ES01-KA204-050711



ASSET
BASILICATA

