Boletín
Tecnología

CONSORCIO NEGOCIOS Verdes Sostenibles | CVC Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca

Diciembre de 2019
NUMERO
4

NEGOCIOS VERDES
NATURALMENTE UN VALLE DE OPORTUNIDADES

SECTOR TURISMO DE NATURALEZA

TECNOLOGÍA EN EL TURISMO: *UNA OPORTUNIDAD DE EXPANSIÓN*

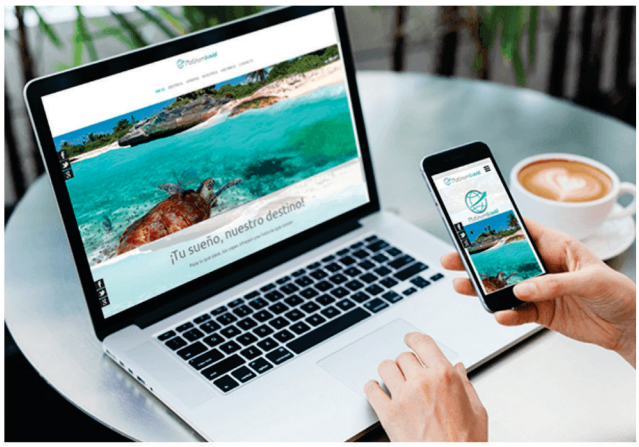
La tecnología en el mundo ha revolucionado y con ella, los sectores que aprovechan las oportunidades y beneficios de la conectividad y de los avances tecnológicos para mejorar sus procesos y resultados. En este campo las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) son herramientas necesarias que permiten el acceso a la información, lo que abre un sinnúmero de oportunidades para los usuarios, promoviendo una sociedad en red (interconectada), dinámica e hiperconectada.

Dentro de los sectores que más han aprovechado los beneficios de la tecnología se encuentra el turismo, que ha innovado para mejorar servicios, destino y experiencias; teniendo en cuenta que internet es la principal herramienta tecnológica, este sector ha capitalizado la influencia de la tecnología en el comportamiento del consumidor, pues esta permite que el turista gestione sus viajes desde la búsqueda del destino, la planeación de actividades en el destino y su evaluación de la experiencia tanto del servicio como del destino; esta parte es de gran importancia para este sector puesto que durante la búsqueda se tienen en cuenta las opiniones de otros turistas (fuente de información) que han visitado un destino y esto influencia la toma de decisiones de quienes empiezan a planear un viaje, lo que se conoce como el voz a voz (WOM).

Si los prestadores de servicio además de disponer de la información en internet, posicionarla, aprovechan la retroalimentación que se hace de la experiencia de servicio y de destino, pueden planificar los cambios que sean necesarios que permitan mejorar las experiencias de los turistas y mejorar su posicionamiento y con ello los beneficios económicos implícitos.

De esta manera internet y los dispositivos móviles se convierten en una posibilidad de apertura y expansión para los emprendimientos turísticos rurales o de turismo de naturaleza, facilitando la información e interacción del visitante con el destino, lo que potencia las posibilidades que contar con una mejor calidad de su experiencia durante la visita.

Para esto, es necesario invertir en una estrategia de marketing digital que ayude a la difusión y posicionamiento, se puede iniciar con el uso de páginas web, blogs, redes sociales, nuevas formas de pago, entre otras que ayudan a mejorar la experiencia del visitante. Paulatinamente se debe migrar a ofrecer experiencias más personalizadas y emocionales, lo que hace experiencias diferenciales, esto mejorará la percepción de los clientes que puede redundar en difusión y recomendaciones posteriores a las visitas (WOM) aumentando la demanda del destino, hotel, actividad.



Aunque en Colombia aún existe un déficit de conectividad en la ruralidad tanto en cobertura como en calidad (Velocidad), se deben aprovechar las opciones que se brindan y lograr la difusión de la información por redes sociales, las cuales permiten un efecto multiplicador de la información; esto genera un reto y el compromiso de mantener la información actualizada, lo cual ayudará a mantener un acceso a la información directamente desde la fuente evitando los intermediarios.

El posicionamiento en internet es fundamental, este se da por la confluencia entre el posicionamiento web de la oferta y la popularidad y reputación que le otorga la demanda; lo cual se ve impulsado de manera importante por el uso de las redes sociales, estas masifican información y dinamizan la popularidad de un producto o servicio. Actualmente, las redes sociales (Facebook, Instagram, Whatsapp, Pinterest, entre otras) son altamente usadas como plataformas de comercialización, lo cual está potenciado por la hiperconectividad e interactividad de la población, principalmente por dispositivos móviles como tendencia mundial y facilitadores de acceso a la información.

ACERCA DEL POSICIONAMIENTO EN INTERNET

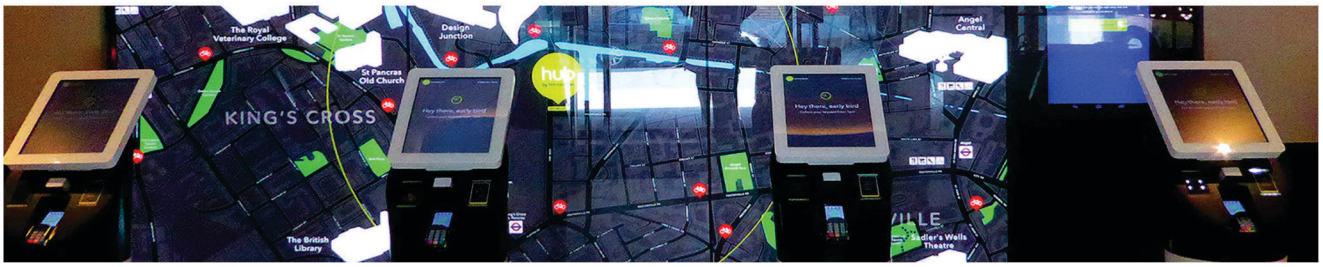
El posicionamiento en internet es el conjunto de técnicas para mejorar la visibilidad (aparecer en primeras posiciones) de un sitio web en un sitio orgánico (No pago) de los buscadores como Google, Bing, Yahoo, entre otros, con base en determinadas palabras claves o términos de búsqueda; según la temática del sitio. Estar en los primeros lugares aumenta las probabilidades de ser visitada por búsqueda concreta, lo que se traduce en más visitas al sitio web y probablemente más ventas o reservas para el caso del turismo.

De acuerdo a Carreras (2012)[1], numerosos estudios de *eye-tracking* han demostrado que las miradas se concentran en los tres primeros resultados orgánicos de la SERP, un área denominada "triángulo dorado" (Hotchkiss *et al.,* 2006) y que a medida que se aleja de estos primeros puestos y de la primera página de resultados, el porcentaje del clicks decrece drásticamente. El estudio de Marcos y González (2010) indica que los usuarios se fijan principalmente en la descripción o fragmento de texto con la información más cercana a las palabras de la consulta (44%); seguido del título (39%) y de la url (17%), aunque los porcentajes variaron en función del tipo de búsqueda.

El motor de mayor uso en el mundo es Google (dependiendo del país), el cual ha definido alrededor de 200 factores SEO (Search Engine Optimization, Posicionamiento en buscadores) y actualiza constantemente el algoritmo de búsqueda por lo cual es necesario tener una estrategia de actualización de los sitios para no perder oportunidades de posicionamiento.

Dean (2019)[2], listó los 200 factores SEO para Google, de los cuales se extraen los más relevantes: que ayudan al posicionamiento en los resultados

1. Carreras, O. 2012. Accesibilidad web y SEO. 21 p. https://www.usableyaccesible.com/archivos/Accesibilidad_web_y_SEO_capitulo_ampliado_olga_carreras.pdf
2. https ://backlinko.com/google-ranking-factors



orgánicos de los principales buscadores, estos se agrupan en diferentes categorías, factores de: dominio, página, sitio, enlace, usuario, algoritmo, sociales, marca, *on page*, *off page*. Dentro de los más relevantes se encuentran[3]:

Contenido relevante y de calidad: El contenido debe ser entendible, con información de importancia, actual, con buena redacción, gramática y ortografía. Es necesario actualizar constantemente el contenido. La longitud del texto o un artículo debe ser de 1.800 a 3.000 palabras esto facilita la indexación[4] en los buscadores. Es importante usar lenguaje fácil y sencillo que permita que el sitio sea legible y de fácil comprensión, lo que promueve más acceso de usuarios[5]. Es importante incluir una palabra clave en las primeras 100 palabras del contenido de una página.

Diseño y formato: Son dos aspectos que mejoran la experiencia de los usuarios haciendo que sea amigable la navegación por la misma. Además, al conjugarse con los factores de contenido permiten un buen posicionamiento en los buscadores.

Optimización de las imágenes: Puede mejorar la velocidad de carga que aumenta la percepción y calidad del sitio web mediante el cual se están promocionando los productos y servicios. Se recomienda que el nombre del archivo relacione una de las palabras clave.

Encabezados: Es importante incluir palabras clave en los encabezados y que estos sean claros y precisos.

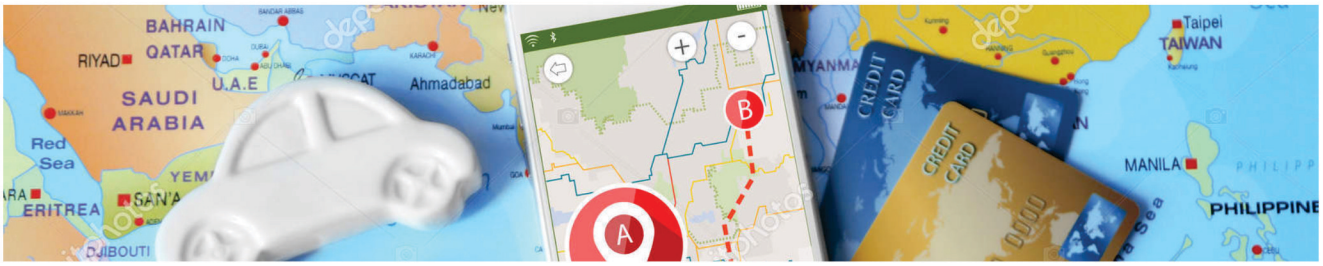
Enlaces salientes: Es recomendable utilizar enlaces de calidad referidos a otros sitios que apoyen la consecución de información más detallada; esto aumenta la relevancia del contenido y el tiempo de permanencia en el sitio por parte de los usuarios. El número de enlaces y la calidad de los mismos son tenidos en cuenta por los buscadores.

Velocidad de carga de la página: Este es uno de los factores más relevantes para los buscadores, por lo que se debe recurrir a acciones como optimizar los tamaños de imágenes[6], minimizar los redireccionamientos, entre otros[7].

Elementos multimedia: Las imágenes, los vídeos, los audios, entre otras piezas mejoran la disponibilidad de información de manera más didáctica y actúan como una señal de contenido de calidad para los motores de búsqueda; los videos son la herramienta más útil ya que hacen que el usuario permanezca más tiempo en el sitio lo cual es un indicador para los motores de búsqueda.

Enlaces rotos: Es necesario controlar que funcionen correctamente los enlaces que se incorporen en el sitio web, porque la aparición de enlaces rotos deriva en reducir las posibilidades de estar posicionados en los resultados del buscador[8] y menor número de usuarios.

3. https: //www.aeuroweb.com/trucos-seo-mejorar-ranking-google/
https: //www.aeuroweb.com/200-factores-seo/
https: www.youtube.com/watch?v=YpJcR1UWqMY
4. Se refiere a aparecer en los resultados de búsqueda y **posicionarla en función de su algoritmo** (https: //www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-la-indexacion-o-indexar-un-contenido)
5. Esta herramienta puede usarse para verificar legibilidad https: //www.webfx.com/tools/read-able/
6. Se recomienda usar las palabras claves en el nombre de archivo de la imagen que facilita la indexación.
7. Como herramienta de evaluación puede usar ReadSpeed
https: //developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=es
8. Herramientas útiles para verificar enlaces rotos: https: //validator.w3.org/checklink?uri=google.com/intl/es-419/webmasters/



Página de contacto: Es uno de los factores más relevantes.

Arquitectura y navegación del sitio: Se debe procurar una arquitectura plana de fácil manejo para los usuarios, que permita un acceso fácil a la información. Esto potencia la repetición de visitas de un sitio lo cual es tenido en cuenta por los buscadores para mejorar el posicionamiento.

Optimización móvil: Los sitios que se diseñan para poder acceder fácil desde un móvil tienen mejor posicionamiento, dadas las tendencias en el uso de dispositivos móviles en el mundo.

Redes Sociales: Las interacciones con las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, entre otras, mejoran la experiencia del usuario y permiten compartir el contenido mejorando posicionamiento, popularidad, alcance y número de potenciales usuarios.

Existen algunos factores de importancia a la hora de diseñar el sitio como por ejemplo el uso de las palabras clave en el dominio, subdominio, que la información sea pública. Tener un dominio de nivel de código de país (.co) ayuda al ranking de sitio para ese país en particular, pero limita la capacidad del sitio para posicionarse globalmente. Contar con Condiciones y privacidad mejora el posicionamiento, entre otros factores que mejoran las posibilidades de mejorar el posicionamiento.

OTRAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS

Además de las redes sociales, el uso del dispositivo móvil, existen otras tendencias tecnológicas que pueden ser de utilidad[9], pero requieren mayor inversión como el uso de herramientas de Big Data es cada vez más necesario en el ámbito turístico. Conocer al cliente, sus gustos, sus necesidades y expectativas es indispensable para acercarse y atraer al turista digital. El Big Data va a seguir consolidándose como una de las herramientas básicas en el nuevo modelo turístico.

El Big Data consiste en perfilar y obtener conocimiento sobre las personas en base al rastro de datos que dejan cada vez que navegan o interactúan con las marcas.

El procesamiento de datos se puede hacer sobre un mayor volumen de información; a una mayor velocidad (en muchos casos online) y sobre una gran variedad de datos[10].

Software ágil para la gestión: las nuevas tendencias se inclinan por el uso de herramientas ágiles y aplicaciones en aspectos como la gestión de reservas online o los servicios administrativos de los establecimientos como hoteles.

Los chatbots son actualmente una tendencia para mejorar la experiencia del cliente, ya que permiten gestionar la comunicación con el potencial cliente, dado que se diseña para procesar una conversación sobre un producto o servicio. Es una herramienta

9. https://www.blog.andaluciaesdigital.es/turismo-y-nuevas-tecnologias/
10. https: //www.datacentric.es/blog/bases-datos/que-es-big-data-explicacion-para-dummies/

que se encuentra en auge, sin embargo, su eficacia no ha sido comprobada.

La realidad virtual y aumentada permite una experiencia de inmersión, permitiendo al potencial cliente conocer más vívidamente el destino, el producto o servicio e inclinar su elección por una experiencia que le haya logrado cautivar, se debe ser cuidadoso en poder ofrecer servicios de calidad para lograr la satisfacción del cliente y que su expectativa esté cercana a la realidad.

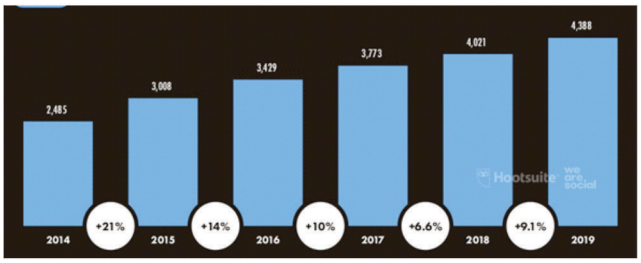
Las aplicaciones y los sistemas de pago online son una herramienta funcional y cada vez de mayor demanda en el sector turístico, ya que se trata de generar facilidades al cliente.

POR QUÉ ES IMPORTANTE EL USO DE LA TECNOLOGÍA

Las tendencias mundiales del uso de dispositivos móviles e internet aumentan anualmente, lo que abre un sinnúmero de posibilidades a los negocios verdes relacionados con turismo de naturaleza y que puede ser aplicable también a los sectores de producción agroecológica e ingredientes naturales.

DATOS DE CONECTIVIDAD EN COLOMBIA

Un estudio realizado por *Hootsuite* y *We are social*[11], evidencia que 5.112 millones de personas cuentan con dispositivos móviles, 4.388 millones de personas usan internet y de estas 3.484 son usuarios de redes sociales, de los cuales el 93,5% (3.256 usuarios) lo hace a través de dispositivos móviles. El estudio muestra el incremento de usuarios de internet desde 2014 hasta 2019, poniendo de manifiesto la importancia de implementar una estrategia de marketing digital para posicionamiento y mejores ingresos.



Tomado y modificado de: https: //marketing4ecommerce.net/usuarios-internet-mundo/

ACCESO A INTERNET EN COLOMBIA

De acuerdo a información MinTIC (2019)[12], la accesibilidad a internet en Colombia al término del segundo trimestre de 2019, en accesos fijos a Internet fue de 6,9 millones. Siendo Comcel (Claro) el proveedor con mayor número de accesos fijos a Internet (2,61 millones), seguido por UNE EPM (1,44 millones), Movistar (980.000) y ETB (630.000); en cuanto al mayor número de accesos a Internet móvil fue Claro (15,1 millones), seguido por Movistar (6,59 millones), TIGO (3,84 millones) y Avantel (964.000).

Al término del segundo trimestre de 2019, el total de accesos por demanda a Internet móvil en Colombia alcanzó los 15,6 millones, 1,2 millones de accesos más que los registrados en el mismo trimestre del año inmediatamente anterior, cuando alcanzó una cifra de 14,4 millones.

11. https: //wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates
12. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. 2019. Boletín Trimestral de las TIC – Cifras Segundo trimestre de 2019. Bogotá DC, Colombia. 48 p.

Boletín Tecnología

Diciembre de 2019

NUMERO 4

NEGOCIOS VERDES

NATURALMENTE UN VALLE DE OPORTUNIDADES

CVC
Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca

CONSORCIO NEGOCIOS Verdes Sostenibles

FUNDESPAC
FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

A&A Adelanto & Ambiente
CONSULTORÍA E INGENIERÍA