

TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LA MEJORA DE LA EXPERIENCIA DE LOS VIAJEROS DE LA GENERACIÓN MILLENNIALS

Ana María Miranda Zavala, Isaac Cruz Estrada

Universidad Autónoma de Baja California

Tijuana, Baja California, México.

amiranda@uabc.edu.mx; icruz@uabc.edu.mx

INTRODUCCIÓN

En este caso, se analiza la generación Y, también conocida como *millennials* son personas nacidas entre 1981 hasta el año 2000, crecieron en una época de grandes avances tecnológicos, que ha conducido a una relación intensiva y fascinación por utilizar los medios digitales para disponer de los servicios de las empresas (Carvalho dos Santos et al., 2015; Díaz-Sarmiento et al., 2017).

La innovación tecnológica se ha vuelto una necesidad en la industria del Turismo, tomando en cuenta las oportunidades que representan, para conectar a las personas con los atractivos naturales y culturales de cada región del mundo (López-Rodríguez y López, 2018). Es indispensable encontrar los medios que permita a los diferentes segmentos de la población, reconocer, sensibilizar y disfrutar estar vinculados con los servicios y los atractivos de cada comunidad. El objetivo de la investigación, versa en analizar la relación que existe, entre el uso de los servicios tecnológicos empleados para los destinos visitados, así como la frecuencia de uso de las apps del dispositivo móvil, con la experiencia de viaje obtenida por los turistas de la generación *millennials*. Los participantes de la investigación confirmaron realizar al menos cinco viajes fuera del Estado de Baja California en el año 2019, la población de estudio manejó el teléfono inteligente o Smartphone para comunicarse, obtener información y comprar servicios requeridos para el desarrollo de sus travesías.

DESARROLLO

Para el presente trabajo, se optó por atraer como población de estudio a las personas de la generación *millennials* nacidas entre 1981 hasta el año 2000, residentes de la ciudad de Tijuana, Baja California, los cuales realizaron al menos cinco viajes fuera del Estado de Baja California en 2019. La población de este municipio es aproximadamente de 1 millón 773 mil 558 habitantes, de los cuales 591,336 tienen entre 20 y 39 años en correspondencia al rango de este segmento de la población (COPLADE, 2017). Estos datos fueron la base para adquirir la muestra representativa de 385 individuos a los que se les aplicó el instrumento, mediante el uso de la fórmula aplicada al tamaño de la población, con 95% de confianza y 5% de error admitido (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Se analizó los datos obtenidos mediante el cuestionario con seis dimensiones, con el propósito de describir y correlacionar las variables analizadas.

Al instrumento se aplicó el análisis estadístico de confiabilidad con alfa de cronbach utilizando el programa IBM SPSS Statistics 20, para este proceso se incluyeron las preguntas descritas en las dimensiones del cuestionario con escala de Likert.

Se inició por la aplicación de la estadística descriptiva con la finalidad de revisar las tendencias en el uso de los servicios digitales. Posterior el análisis de regresión lineal múltiple, para identificar la relación que tiene la utilización de servicios tecnológicos y apps de Internet empleadas durante el viaje con la experiencia obtenida.

CONCLUSIONES

Los *millennials* comparten su experiencia durante el viaje en las redes sociales, como Facebook, Instagram y en el sistema de recomendaciones Google. Para enterarse de los servicios y opciones disponibles en el destino utilizan el motor de búsquedas instalado en Google, también optan por preguntar a sus familiares y amigos de las sus experiencias obtenidas, además revisan la información disponible en la red social Facebook. Aunado a lo anterior, las aplicaciones que tienen mayor actividad durante su travesía en el destino coinciden con Facebook e Instagram y se añade la herramienta de mensajería instantánea WhatsApp, está última ha tenido una evolución favorable, hasta ser considerada estar en la categoría de red social. Una de las características documentadas que distingue a los *millennials* es la flexibilidad en cuando la forma y momento de viajar, su patrón de consumo es complejo de predecir y fidelizar, por lo tanto, es necesario mantener diversos canales de comunicación activos, para el desarrollo de una estrategia de entrega de valor en el servicio, con el objetivo de anticiparse a las tendencias que sigue este segmento de la población.

También, es importante destacar la correlación media positiva que tiene la frecuencia con que utilizan los servicios tecnológicos y empleo de las apps con la experiencia de viaje de los *millennials*, esta asociación se da en un 34.5%. Esto crea la oportunidad para usar la tecnología en beneficio de la experiencia del turista y la sostenibilidad del destino, mediante el uso de las TIC.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ballesteros, B., Tavera, J. F., y Castaño, D. (2014). Aceptación tecnológica de la publicidad en dispositivos móviles en Colombia. *Semestre Económico*, 17(36), 133-153. <https://doi.org/10.22395/seec.v17n36a6>
- Caballero, M., y Baigorri, A. (2013). ¿Es operativo el concepto de generación? Aposta. *Revista de Ciencias Sociales*, 56, 1-45. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495950252001>
- Carvalho dos Santos, J., de Oliveira, M., Do Nascimento, B., y Prudêncio, J. (2015). Carrera, renta y consumo bajo la perspectiva del joven de la generación "Y". *Invenio*, 18(24), 119-135. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87739279009>
- Castro, D., Peñaloza, L., y Tamayo, A. (2018). Tecnologías en línea populares para viajar: ¿cuáles utilizan los jóvenes universitarios para hacer turismo? *Actualidades Investigativas En Educación*, 18(2), <https://doi.org/10.15517/aie.v18i2.33149>
- Chang, S. E., y Wei-Cheng, S. (2018). Exploring smartphone social networking services for mobile tourism. *International Journal of Mobile Communications*, 16(1), 63-81. <https://doi.org/10.1504/IJMC.2018.10007781>
- COPLADE. (2017). *Publicaciones Sociodemográficas: Tijuana, Baja California*. http://www.bajacalifornia.gob.mx/portal/nuestro_estado/municipios/tijuana/tijuana.jsp
- Díaz-Sarmiento, C., López-Lambrano, M., y Roncallo-Lafont, L. (2017). Entendiendo las generaciones: una revisión del concepto, clasificación y características distintivas de los Baby Boomers, X Y Millennials. *Clío América*, 11(22), 188-204. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6509216>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill.
- López-Rodríguez, A., y López, S. (2018). Impacto de las TIC en el turismo: Caso colombiano. *Cuadernos de Turismo*, 41, 399-418. <https://doi.org/10.6018/turismo.41.327081>