

## CuidaTur/IBV: Asesor virtual de recursos turísticos en clave de Ingeniería Emocional

Raquel Marzo Roselló, Amparo López Vicente, Javier Ferrís Oñate,  
Rubén Lahuerta Martínez, María José Such Pérez, Javier Sánchez Lacuesta

INSTITUTO DE BIOMECÁNICA DE VALENCIA

El Instituto de Biomecánica de Valencia (IBV) ha desarrollado una nueva aplicación tecnológica en clave de Ingeniería Emocional que permite a empresas y entidades ofrecer servicios de promoción y asesoramiento personalizado de recursos turísticos y de ocio. Esta nueva herramienta, denominada CuidaTur/IBV, ayuda al turista a configurar su experiencia turística a partir de una selección de la oferta más adecuada a su perfil para satisfacer al máximo sus expectativas.

### **CuidaTur/IBV: Virtual advisor of tourist resources based on Emotional Engineering**

The Instituto de Biomecánica de Valencia (IBV) has developed a new technological application based on Emotional Engineering that offers to the client a service of promotion and customized advice of tourist and leisure resources. This new tool, called CuidaTur/IBV, helps the tourist to configure his/her tourist experience from a selection of the more adequate offer to satisfy to the maximum his/her profile.

### INTRODUCCIÓN

Las nuevas tendencias sociales, junto a la introducción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, están dando lugar a una creciente demanda de soluciones a medida en el sector turístico. El nuevo turista presenta un comportamiento de consumo más emprendedor y multiespecializado, y desea diseñar sus vacaciones a partir de diferentes recursos turísticos, cada uno de ellos configurable y adaptable a su medida. Para ello demanda servicios de información inteligentes, de alta calidad, personalizados, en cualquier momento y en cualquier lugar. El cliente es cada vez más diverso y exigente, ya sea por su procedencia, situación familiar, motivación para viajar o expectativas, entre otros factores.

Una primera consecuencia de esta dinámica del mercado es que la oferta de productos y servicios turísticos ha crecido en diversidad y complejidad, de modo que el turista se enfrenta a un amplio abanico de recursos turísticos, cada uno de ellos con numerosas alternativas. Como consecuencia, el turista tiene dificultades para diferenciar la oferta, tomar decisiones y definir el producto turístico deseado, con un alto riesgo de insatisfacción al no adecuarse lo finalmente escogido con lo que realmente buscaba.

En este contexto, el Instituto de Biomecánica de Valencia (IBV) ha emprendido una línea de investigación puntera para **analizar la interacción turista-recurso turístico en clave de satisfacción percibida**. Fruto de esta línea de trabajo, el IBV ha desarrollado una aplicación basada en Ingeniería Emocional, consistente en un servicio de promoción y asesoramiento personalizado de recursos turísticos y de ocio. Esta nueva herramienta, denominada CuidaTur/IBV, ayuda a los clientes a configurar su experiencia turística de forma rápida, satisfactoria y personalizada ensamblando una serie de servicios que se amoldan a sus necesidades, preferencias y características particulares.

La aplicación se diferencia de las existentes en el mercado en que la recomendación de recursos turísticos se realiza a partir de un diálogo fluido y directo, diseñado en clave emocional, extrayendo el perfil turístico del cliente y adaptando, consecuentemente, la selección de recursos recomendados a sus necesidades y expectativas particulares.

>

## ➤ METODOLOGÍA EMPLEADA

La aplicación CuidaTur/IBV se ha desarrollado en el marco de un proyecto de I+D+i que comprendió las siguientes fases:

### Fase 1. Identificación y priorización de necesidades de los turistas

Durante esta primera fase se persiguió definir y ponderar las necesidades de los turistas a la hora de configurar su viaje. Para ello se realizó un trabajo de investigación centrada en el usuario que permitió generar los parámetros de clasificación de preferencias y expectativas de los turistas. El estudio incluyó una revisión bibliográfica, asesoramiento de expertos y un estudio de campo con usuarios. Como resultado de esta fase se generó el universo de necesidades personales, sociales, emocionales, etc., que presentan los turistas a la hora de confeccionar su experiencia turística, ordenadas por nivel de importancia. Mediante técnicas estadísticas fue posible segmentar diferentes perfiles de cliente atendiendo a necesidades e intereses comunes. Los tres perfiles emocionales principales detectados fueron (Figura 1): búsqueda de tranquilidad, búsqueda de aprendizaje y búsqueda de aventura.

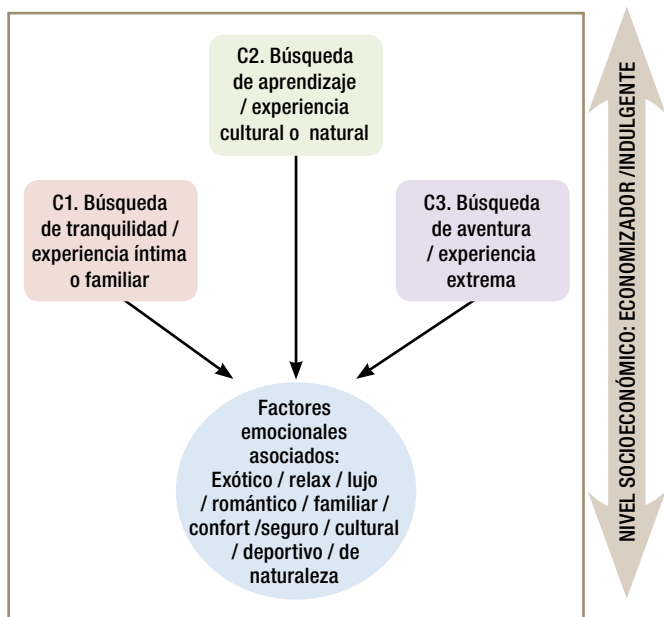


Figura 1. Perfiles emocionales del cliente turístico.

### Fase 2. Clasificación de recursos turísticos según las necesidades identificadas

En esta fase se trabajó en un modelo de descripción y clasificación de recursos turísticos en conexión con las necesidades identificadas en la fase anterior. La investigación permitió elaborar las claves de clasificación de recursos turísticos en los mismos términos que las obtenidas para la caracterización de preferencias, necesidades y expectativas de los turistas. Posteriormente, se escogió y caracterizó una muestra representativa de recursos turísticos de la Comunidad Valenciana, con ayuda de expertos y usuarios, en clave de satisfacción turística generada para cada perfil de usuario. Ello permite

al sistema elaborar recomendaciones personalizadas. Entre los recursos turísticos analizados se incluyeron museos, actividades deportivas, festividades locales, balnearios y spas, centros comerciales, teatros, municipios de interés turístico, restaurantes, eventos especiales, parques y recursos naturales, rutas turísticas, parques temáticos, monumentos, oferta de ocio nocturno, etc.

### Fase 3. Desarrollo de una aplicación informática de asignación de recursos

A partir de los conocimientos generados se desarrolló una herramienta informática de asesoramiento personalizado en función de las necesidades, expectativas e inquietudes del cliente/turista. El funcionamiento de la aplicación se resume en la figura 2. En primer lugar, el usuario introduce el tipo de turismo que busca (tranquilidad, aprendizaje, aventura). Después, a partir de la interacción con el asesor virtual inteligente, el turista afina sus deseos (tipo de experiencia deseada). Seguidamente, el algoritmo elabora una relación de los recursos turísticos más adecuados para satisfacer los deseos del turista, ofreciendo información complementaria sobre cada recurso. El cliente puede entonces programar de forma ágil e intuitiva su experiencia turística sobre la base de dicha selección personalizada, aumentando su satisfacción final.

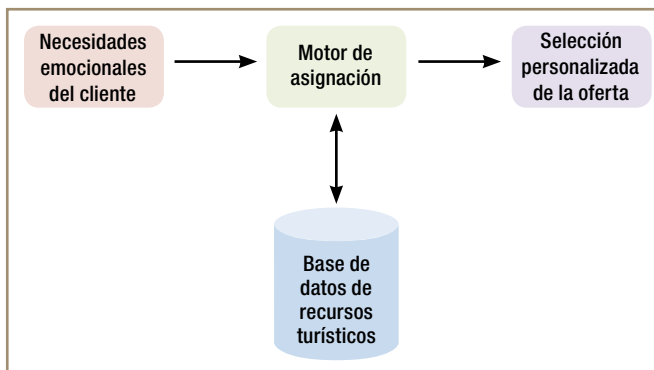


Figura 2. Procedimiento de recomendación de recursos.

## RESULTADOS

La figura 3 muestra las funciones de la aplicación CuidaTur/IBV:

- 1. Inicio.** Esta pantalla es la primera que ve el usuario y desde ella se puede acceder a:
  - Mapa de situación de la empresa.
  - Oferta de recursos recomendados por la empresa.
  - Perfilador del turista.
  - Cuestionario de satisfacción del cliente.
- 2. Perfilador.** En esta pantalla el usuario se autoclasifica en uno de los tres perfiles turísticos en función del objetivo que desea: tranquilidad, aprendizaje o aventura.
- 3. Afinador de necesidades.** Una vez que el usuario ha definido su perfil básico, la aplicación presenta una serie de preguntas para evaluar con mayor exactitud sus preferencias y necesidades.

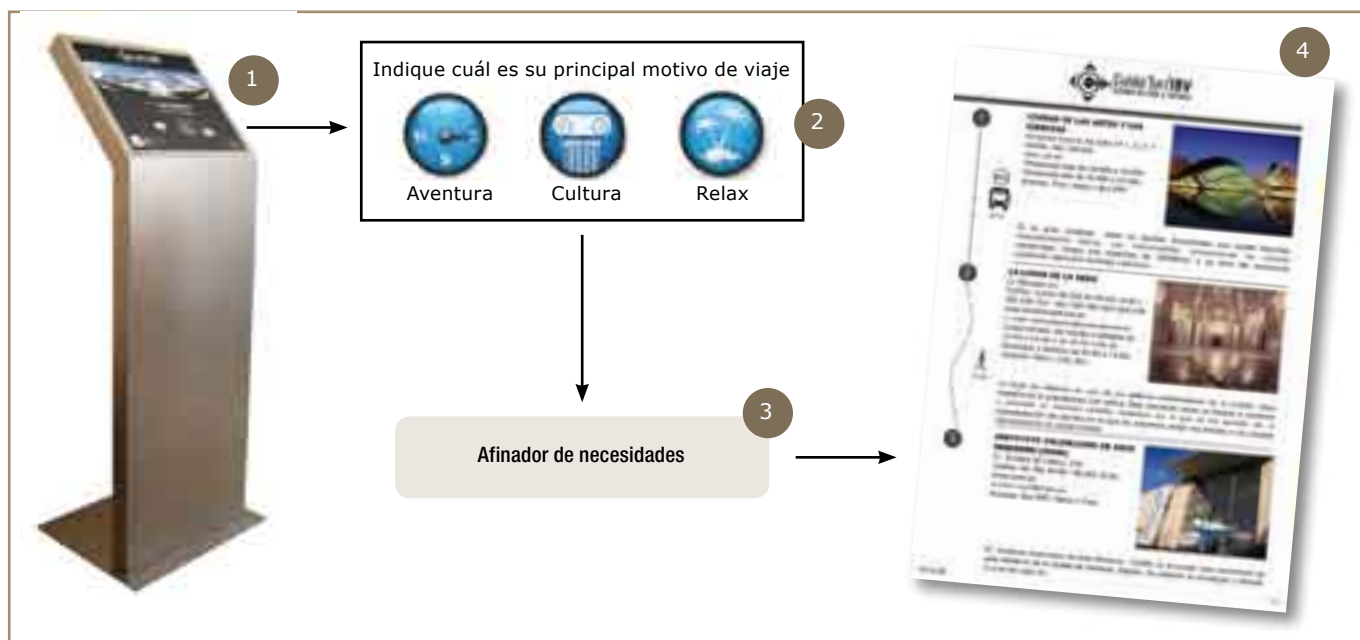


Figura 3. Funciones de la aplicación CuidaTur/IBV.

**4. Recomendación de recursos.** Finalmente, se presenta un informe de recursos turísticos que mejor se ajustan a las preferencias expresadas por el cliente. A la hora de visualizar e imprimir la información, el usuario cuenta con dos opciones:

- Actividades recomendadas: el usuario puede imprimir el listado ordenado de todos los recursos turísticos y de ocio sugeridos por la aplicación.
- Rutas recomendadas: se ofrece una recomendación de actividades y rutas para cada perfil de usuario.

CuidaTur/IBV puede instalarse en un establecimiento o punto de información turístico y cuenta con pantalla táctil para facilitar su utilización. También se ofrece de forma *online* para que el turista pueda planificar su viaje en origen antes realizar la visita.

## CONCLUSIONES

CuidaTur/IBV es un asesor virtual inteligente de recursos turísticos en clave de Ingeniería Emocional que permite al cliente gestionar su tiempo libre mediante la personalización de la oferta turística en función de sus preferencias y estilos de vida. Concebido para ser ofrecido por las empresas del sector turístico a sus clientes, proporciona una imagen atractiva de la oferta turística de la Comunidad Valenciana ligada a la utilización de tecnología avanzada y de metodologías novedosas de captación del perfil del cliente y de recomendación inteligente de recursos. Al mismo tiempo, constituye un nuevo servicio sencillo y eficiente de promoción y asesoramiento personalizado de recursos turísticos y de ocio, que recoge de manera estructurada una selección de la oferta a la que el cliente puede acceder, ayudándole a escoger un programa optimizado a su perfil.

La herramienta constituye una iniciativa innovadora en el sector, diferente de las soluciones comerciales actuales, que incorporada a la oferta de servicios de las empresas turísticas contribuirá a la captación, satisfacción y fidelización de sus clientes, ayudándoles a configurar de forma personalizada una experiencia turística satisfactoria en función de sus necesidades, preferencias, intereses y expectativas. ●

## AGRADECIMIENTOS

Proyecto parcialmente subvencionado por la Agència Valenciana de Turisme en el marco de los Programas de actuación de apoyo al sector turístico para el año 2008.

El Hotel Vora Fira Valencia dispone de una terminal CuidaTur/IBV personalizada gracias a la financiación del Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana de la Generalitat Valenciana (IMPIVA), en el marco de la iniciativa Cheque Innovación 2008.