

## Informe Técnico

# Estudio del Turismo Industrial Virtual a través de la Transmisión en Vivo

---

Cátedra de Turismo Industrial (Universidad de Huelva).

Autores:

Ichraq Azmi, Jaime Orts Cardador, Elena Carvajal Trujillo, Francisco Liébana Cabanillas

Citar como:

Azmi, I., Orts Cardador, J., Carvajal Trujillo, E., Liébana Cabanillas, F. (2024). Trujillo EC, MP, Orihuela Espina, J., Estudio del turismo industrial virtual a través de la transmisión en vivo Cátedra de Turismo Industrial (Universidad de Huelva). <https://hdl.handle.net/10272/23542>



## Estudio del Turismo Industrial Virtual a través de la Transmisión en Vivo

### Resumen

El live streaming, o transmisión en vivo, se ha convertido en una herramienta fundamental en la era actual del turismo virtual, proporcionando diversas formas de acceso y participación en las experiencias del turismo industrial. Este informe técnico, llevado a cabo por la Cátedra de Turismo Industrial bajo el título "Estudio del Turismo Industrial Virtual a través de la Transmisión en Vivo", se centra en comprender la influencia de la transmisión en vivo en los servicios turísticos integrados en el turismo industrial azul. La metodología empleada ha sido mixta, combinando un análisis cualitativo a través de entrevistas con actores del sector turístico y un análisis cuantitativo mediante un cuestionario en línea dirigido a un panel de consumidores.

Los resultados obtenidos resaltan la importancia de la transmisión en vivo para la promoción de los servicios turísticos dentro del contexto del turismo industrial, especialmente en el ámbito del turismo industrial azul en Andalucía. En particular, los resultados preliminares revelan diferentes percepciones sobre la adopción del live streaming en el sector turístico industrial, dependiendo de los distintos grupos de interés involucrados. Además, se observa que, aunque los consumidores tienen expectativas menores a las esperadas, muestran un alto nivel de intención de utilizar la transmisión en vivo para acceder a los servicios del turismo industrial azul, así como un nivel de satisfacción percibida considerablemente alto.

**Palabras clave:** transmisión en vivo, turismo industrial, turismo azul, consumidor, intención de uso, cualitativo, cuantitativo.

### Abstract

This technical report, conducted by the Industrial Tourism Chair, focuses on understanding the influence of live streaming on the integrated tourist services within blue industrial tourism. The methodology employed has been mixed, combining a qualitative analysis through interviews with stakeholders in the tourism sector and a quantitative analysis through an online questionnaire directed at a panel of consumers. The results highlight the tourism, particularly within the realm of blue industrial tourism in Andalusia.

**Palabras clave:** Live streaming, industrial tourism, blue tourism, consumer, behavioral intention, qualitative, quantitative

### Introducción

El turismo industrial como forma específica de turismo que se centra en proporcionar a los visitantes la oportunidad de explorar y conocer el funcionamiento interno de diversas instalaciones industriales. En lugar de centrarse en destinos turísticos tradicionales como playas o sitios históricos, el turismo industrial permite a las personas visitar fábricas, plantas de producción, centros de investigación y otros lugares relacionados con la industria.

## Estudio del Turismo Industrial Virtual a través de la Transmisión en Vivo

Las visitas a instalaciones industriales pueden incluir recorridos guiados que muestran los procesos de fabricación, las tecnologías utilizadas, la historia de la empresa y, en algunos casos, la participación directa en actividades prácticas. Este tipo de turismo proporciona a los visitantes una visión única de cómo operan las empresas y cómo se fabrican los productos.

El turismo industrial puede abarcar una amplia gama de sectores, como la fabricación de automóviles, la industria alimentaria, la producción de energía, la tecnología, la minería y más. Es una forma de turismo que permite a las personas aprender sobre la producción y la innovación en el contexto industrial. Además, puede ser beneficioso tanto para las empresas como para las comunidades locales, ya que puede generar ingresos y promover la comprensión pública de la importancia de la industria en una región.

En este contexto considerando que la digitalización constituye un motor de nuevas experiencias turísticas, el uso de nuevas tecnologías por las empresas que promocionan sus procesos industriales como atractivos turísticos pueden generar oportunidades inexploradas. Al mismo tiempo, estas tecnologías pueden orientar estratégicamente a las empresas para mejorar su competitividad en el sector del turismo industrial. La transmisión en vivo, live streaming en inglés, constituye una tecnología relativamente novedosa (Xue et al., 2020) y se refiere a medios de transmisión grabados y emitidos simultáneamente en tiempo real para el espectador (Li et al., 2018) que permite a los usuarios interactuar entre sí en tiempo real a través de Internet (Liu et al., 2023). Esta tecnología está alcanzando un amplio número de usuarios y su tasa de crecimiento es elevada. En España su uso está en una etapa incipiente a diferencia de otros países como China y Estados Unidos donde su uso por el sector turístico está muy extendido.

La utilización de la transmisión en vivo en España para la promoción de actividades turísticas surgió durante la etapa del COVID-19, destacando el caso de la Denominación de Origen Protegida Jabugo, que implementó la Ruta del Jabugo Live. Esta experiencia permitió a los espectadores, potenciales turistas, interactuar con diversos actores de la Denominación de Origen, como ganaderos, elaboradores, guías turísticas y expertos en denominaciones de origen. A través de la Ruta del Jabugo Live, pudieron experimentar en tiempo real y por Internet la fascinante realidad de esta ruta.

### Objetivos

A partir de estos planteamientos, este informe técnico se enfoca en comprender la influencia y la adopción de la transmisión en vivo en los servicios turísticos integrados en el turismo industrial. Este enfoque combina un análisis mixto conductual y atencional para mejorar la experiencia turística, respetando la sostenibilidad de los destinos y generando nuevas oportunidades para las empresas del turismo industrial. Los objetivos específicos son los siguientes:

## Estudio del Turismo Industrial Virtual a través de la Transmisión en Vivo

1. Analizar la nueva realidad de la transmisión en vivo en el turismo industrial.
2. Identificar los factores facilitadores e inhibidores de la adopción de la transmisión en vivo para promocionar los servicios turísticos en el turismo industrial.
3. Identificar los servicios turísticos del turismo industrial más exitosos en el uso de la transmisión en vivo.
4. Estudiar los efectos de la interacción transmisor-espectador durante la transmisión en vivo.
5. Analizar las respuestas del individuo a los estímulos utilizados en la transmisión en vivo de los servicios turísticos del turismo industrial.
6. Analizar las respuestas del espectador ante la actividad de transmisión en vivo, como la intención de visitar y recomendar destinos turísticos, empresas y productos relacionados.
7. Confirmar el modelo explicativo integrador de la interacción entre espectador y transmisor en la transmisión en vivo.

### Metodología y resultados

Para alcanzar los objetivos propuestos y tras una revisión de la literatura existente se desarrolló una investigación con dos metodologías:

- 1) Análisis cualitativo a partir de un conjunto de entrevistas a colectivos del sector turístico industrial en Andalucía, principalmente relacionados con el turismo industrial azul andaluz y a colectivos de la sociedad para contrastar los diferentes niveles de adopción.
- 3) Análisis cuantitativo a través de un cuestionario online para analizar la intención de uso de esta tecnología en el sector turístico.

Se han utilizado los servicios de un panel de consumidores.

Tras la revisión de la literatura y justificación de la investigación, la metodología se centró en el diseño de la investigación, la recogida de datos, las características de la muestra y los instrumentos de medida utilizados para alcanzar los objetivos propuestos.

Los resultados preliminares obtenidos demuestran que:

1. Existen diferentes percepciones en la adopción del uso de la transmisión en directo en el sector turístico industrial según los diferentes grupos de interés que participan en el mismo. Concretamente se observan grandes diferencias en las opiniones de los gerentes, clientes del turismo industrial respecto a las administraciones públicas y comunidad local.
2. Los sujetos cuentan con un nivel de expectativas inferior al esperado. Aunque la intención de uso es elevada y la satisfacción percibida también.

## Estudio del Turismo Industrial Virtual a través de la Transmisión en Vivo

3. Los sujetos encuestados también manifiestan un nivel de intención de uso elevado, pero cuestionan aspectos relacionados con la propia interacción del transmisor-espectador, la propia apariencia experimentada en la transmisión y la utilidad que, en la actualidad, presenta la transmisión en vivo en el turismo industrial.

### Conclusiones e implicaciones para la gestión

Los resultados obtenidos tienen implicaciones para los diferentes stakeholders analizados relacionados directamente con la prestación de servicios en el turismo industrial, en concreto en el segmento del turismo azul.

Los resultados muestran que, a pesar de la expansión de la transmisión en vivo y la facilidad para llevar a cabo esta actividad en el turismo industrial, aún existen dudas en la implementación y uso de los mismos en el sector turístico para promocionar el destino turístico.

No obstante, a la luz de los resultados alcanzados, el uso de la transmisión en vivo en el sector industrial constituye una actividad de gran interés para promocionar la empresa y sus productos.

### Referencias bibliográficas

Li, F., Ma, J., & Tong, Y. (2022). Livestreaming in tourism: What drives tourism live streamers to share their travel experiences?. *Tourism Review*.

Liu, Z., Li, J., Wang, X., & Guo, Y. (2023). How search and evaluation cues influence consumers' continuous watching and purchase intentions: An investigation of live-stream shopping from an information foraging perspective. *Journal of Business Research*, 168, 114233.

Xue, J., Liang, X., Xie, T., & Wang, H. (2020). See now, act now: How to interact with customers to enhance social commerce engagement? *Information & Management*, 57(6), 103324.

*Agradecimientos: Este informe ha sido financiado por la Catedra de Turismo Industrial de la Universidad de Huelva con la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía en el año 2023*