

Innovación y Experiencia: La Realidad Virtual en Eventos Turísticos

Molina Hurtatiz, Yoiner Esmith
Universidad de Cantabria
ymh851@alumnos.unican.es

Noviembre 2024

Índice

1. Introducción	3
2. Características de los eventos virtuales y las ferias turísticas a partir de la realidad virtual	3
3. Ventajas y desafíos de la realidad virtual en la organización de eventos virtuales y ferias turísticas	3
4. Impacto económico de la implementación de la realidad virtual en eventos y ferias turísticas	4
5. Influencia global de la realidad virtual en la participación y realización de eventos virtuales y ferias turísticas	5
6. Gráfico	6
7. Tabla de Comparación	7
8. Ecuaciones	7
9. Hyperreferencias	8
10. Conclusiones	8

Índice de figuras

1. Aplicación de RV en eventos turísticos.	7
--	---

Índice de cuadros

1. Comparación de eventos tradicionales y virtuales.	7
--	---

Resumen

La Realidad Virtual (RV) es una tecnología inmersiva que simula entornos tridimensionales interactivos, ofreciendo a los usuarios experiencias sensoriales que replican o expanden la realidad. Hoy en día se viene implementando para evolucionar múltiples sectores, desde el entretenimiento y la educación hasta la salud y el turismo. Los eventos virtuales y ferias turísticas no son ajenos a su uso, en ello, se destaca su potencial para transformar experiencias. A través de una investigación de la literatura reciente, se examinaron las ventajas y desafíos, su impacto económico y la influencia global de la RV en dicho sector. La RV permite superar barreras físicas, ofreciendo experiencias inmersivas y personalizadas que potencian la participación global. Sin embargo, enfrenta desafíos técnicos y de accesibilidad, además de requerir inversiones significativas. A nivel global, facilita la inclusión de participantes de heterogéneas geografías, aunque su adopción varía según la región. Este artículo contribuye en comprender cómo la RV está redefiniendo la organización de eventos y ferias turísticas, sugiriendo un cambio hacia experiencias más accesibles y globalmente integradas.

Palabras clave: Realidad virtual (RV), Eventos virtuales, Ferias turísticas.

1. Introducción

En el ámbito de la organización de eventos y ferias turísticas, la realidad virtual (RV) ha emergido como una tecnología revolucionaria que promete redefinir las experiencias tradicionales. Este artículo busca profundizar en el entendimiento de cómo la RV está transformando la industria de eventos, evaluando tanto sus beneficios como los retos que presenta. A través de un enfoque comparativo, se analiza la eficiencia de la RV frente a los métodos tradicionales, destacando su capacidad para ofrecer experiencias inmersivas y accesibles a un público global sin las limitaciones geográficas típicas de los eventos presenciales.

Desde una perspectiva económica, el artículo se centra en identificar los efectos financieros que la RV ha tenido en la organización de eventos, considerando tanto la reducción de costos operativos como la creación de nuevas oportunidades de ingresos. Además, se explora el impacto de la RV en la estructura de costos y las fuentes de ingresos, subrayando cómo esta tecnología puede aumentar la rentabilidad y la viabilidad de organizar eventos y ferias a gran escala.

Finalmente, se examina la influencia global de la RV en la realización y participación en eventos y ferias turísticas. Con un enfoque particular en la adopción de la tecnología en diversas regiones geográficas, se evalúa cómo la RV ha facilitado una mayor inclusión y diversidad en la participación de eventos, lo que permite a organizadores y participantes superar barreras físicas y logísticas.

2. Características de los eventos virtuales y las ferias turísticas a partir de la realidad virtual

Los eventos virtuales y las ferias turísticas que utilizan la realidad virtual destacan por su interactividad inmersiva, que permite a los asistentes interactuar de manera realista con el entorno, productos y servicios exhibidos. La RV proporciona herramientas interactivas como avatares personalizables y guías virtuales, facilitando una exploración detallada y una experiencia de usuario más atractiva [3]. Destacan por sus capacidades avanzadas de analítica y seguimiento, proporcionando datos en tiempo real sobre el comportamiento y preferencias de los usuarios. Esto permite personalizar la experiencia y obtener feedback inmediato, facilitando la optimización del evento en tiempo real [26]. La personalización y adaptabilidad son otras características clave, ya que los contenidos pueden ajustarse fácilmente según las necesidades y preferencias del usuario, ofreciendo una experiencia más relevante y atractiva. Además, los eventos virtuales integran componentes educativos y culturales, presentando información de manera dinámica a través de animaciones y videos 360° [13].

3. Ventajas y desafíos de la realidad virtual en la organización de eventos virtuales y ferias turísticas

En la era digital actual, la realidad virtual (RV) ha emergido como una herramienta revolucionaria que transforma numerosos sectores, entre ellos está el desarrollo de eventos y las ferias turísticas, esta tecnología promete superar las limitaciones tradicionales de espacio y tiempo, ofreciendo experiencias inmersivas que antes eran inimaginables [4].

Sin embargo, la implementación de la RV también conlleva desafíos significativos que deben ser considerados cuidadosamente por los organizadores de eventos al momento de realizarlos.

- **Ventajas**

Una de las principales ventajas de la realidad virtual en la organización de eventos y ferias turísticas es la capacidad de superar barreras físicas y geográficas. Esta tecnología permite a participantes de cualquier lugar en el mundo asistir sin necesidad de viajar impactando de forma positiva muchos sectores, no solo se ahorra dinero en costos de desplazamiento sino que también expande el alcance del evento a una audiencia global [10].

Además, la RV ofrece experiencias inmersivas que pueden replicar o incluso mejorar las interacciones y visualizaciones que se ofrecen en eventos presenciales. Con la inmersión, los eventos se vuelven más atractivos y memorables, lo que puede traducirse en una mayor satisfacción y lealtad del usuario [6].

La personalización de las experiencias es otra ventaja significativa. Los participantes pueden elegir aspectos específicos del evento para explorar en detalle según sus intereses personales, mejorando así la satisfacción y el engagement a través de sus contenidos y atracciones para la población objeto [24].

Asimismo, la RV facilita innovaciones en la presentación de productos y servicios durante estos eventos, ofreciendo demostraciones interactivas y educativas, asistentes virtuales, asesoría y demás aspectos que serían imposibles en un entorno físico tradicional ya sea por el volumen de personas o por el número de solicitudes [9].

- **Desafíos**

No obstante, los desafíos asociados con la RV son notables y deben ser cuidadosamente gestionados. El aspecto técnico representa uno de los desafíos catalogado como considerable, dado que la calidad de la experiencia del usuario depende enormemente de la infraestructura tecnológica utilizada. Fallos técnicos o una mala implementación pueden perjudicar significativamente la percepción del evento [5]. Además, la implementación de la RV requiere inversiones iniciales significativas en tecnología adecuada, incluyendo hardware y software, así como el desarrollo de contenido virtual de alta calidad. Estos costos pueden ser elevados y prohibitivos para pequeños organizadores o aquellos mercados menos desarrollados, limitando la adopción de esta tecnología [2].

Otro desafío es la accesibilidad y la curva de aprendizaje para los usuarios que no están familiarizados con esta tecnología. Esto puede limitar la participación de algunos segmentos de la audiencia y reducir la eficacia tecnológica para alcanzar objetivos de inclusión y diversidad [22].

4. Impacto económico de la implementación de la realidad virtual en eventos y ferias turísticas

La adopción de la realidad virtual en eventos y ferias turísticas ha mostrado un potencial considerable para transformar económica, social y ambientalmente la operatividad de la industria de eventos. Esta tecnología no solo modifica la forma en que los eventos son concebidos y entregados, sino que también impacta significativamente en la

estructura de costos a través de los ingresos para los organizadores y de las inversiones en los participantes [9].

- **Reducción de costos y Expansión de mercados**

Una de las ventajas económicas más destacadas de la realidad virtual en el contexto de eventos y ferias turísticas es la significativa reducción de costos operativos y logísticos [8]. La implementación de la RV elimina la necesidad de espacios físicos extensos y reduce gastos asociados con el alojamiento y transporte de los participantes. Esta eficiencia no solo minimiza los costos directos para los organizadores sino que también hace los eventos más accesibles para una audiencia global, potencialmente incrementando los ingresos por inscripciones y participación en actividades virtuales exclusivas [11].

- **Nuevas Oportunidades de Ingresos**

La capacidad de la RV para crear experiencias inmersivas y atractivas ofrece nuevas oportunidades de ingresos que no están disponibles en los formatos tradicionales [20]. Las ferias turísticas pueden aprovechar la tecnología de RV para ofrecer experiencias premium, como recorridos virtuales por destinos turísticos remotos o inaccesibles, que pueden ser monetizados a través de cuotas de acceso o suscripciones especiales. Este enfoque no solo aumenta la diversificación de los ingresos sino que también enriquece la oferta de valor para los participantes [23].

- **Impacto en la Participación y la Demanda**

Otro aspecto económico crucial es el efecto de la RV en la participación y la demanda de eventos. La accesibilidad mejorada y la capacidad de ofrecer experiencias únicas y personalizadas pueden aumentar significativamente la demanda y la participación de los usuarios [18]. Esto no solo mejora la viabilidad económica de los eventos sino que también potencia el valor percibido por los asistentes, lo que puede traducirse en mayores tasas de retorno y lealtad del cliente [21].

- **Comparación con Eventos Tradicionales**

En comparación con los eventos tradicionales, que generalmente requieren inversiones significativas en logística y gestión de espacios físicos, los eventos basados en RV pueden ofrecer una estructura de costos más baja a largo plazo. Sin embargo, la necesidad de mantener y actualizar constantemente la tecnología puede implicar gastos recurrentes que deben ser considerados en el análisis financiero global [16].

5. Influencia global de la realidad virtual en la participación y realización de eventos virtuales y ferias turísticas

La realidad virtual ha emergido como una herramienta transformadora en la organización y ejecución de eventos virtuales y ferias turísticas, ofreciendo nuevas posibilidades para conectar a personas de todo el mundo [7]. Este estudio explora cómo la RV está redefiniendo los límites de la participación y la realización de eventos, proporcionando una visión global de su adopción y las tendencias del alcance geográfico.

- **Expansión del Alcance Geográfico**

La adopción de la realidad virtual ha revolucionado la manera en que se organizan y participan en eventos y ferias turísticas a nivel global. Al eliminar las barreras físicas, la RV permite que individuos de diferentes regiones geográficas participen sin los costos o las complicaciones logísticas asociadas con el viaje. Este aspecto facilita una mayor diversidad y un alcance más amplio de participación, integrando a audiencias que tradicionalmente estarían marginadas debido a limitaciones geográficas o económicas [25].

- **Diversidad en la Adopción de la Tecnología**

Aunque la RV ofrece oportunidades significativas para expandir la participación en eventos y ferias turísticas, su adopción varía considerablemente entre diferentes regiones. Las diferencias en la infraestructura tecnológica, el acceso a Internet de alta velocidad y la disponibilidad de recursos económicos influyen directamente la capacidad de las regiones para implementar y aprovechar las tecnologías de RV. En regiones con infraestructura avanzada, como Europa y América del Norte, la adopción de la RV es más rápida y extensa, mientras que en regiones en desarrollo, los desafíos tecnológicos y financieros pueden retardar su integración [15].

- **Tendencias y Patrones Globales de Adopción**

La globalización de la RV en eventos virtuales y ferias turísticas es evidente a través de su creciente integración en múltiples sectores. La tendencia es hacia un uso más inclusivo y extendido de la RV, impulsada por la necesidad de soluciones flexibles y seguras, especialmente en contextos afectados por restricciones de viaje o salud pública, como durante la pandemia de COVID-19. Esta situación ha acelerado la adopción de soluciones virtuales, estableciendo un nuevo estándar para la accesibilidad y la inclusión en eventos globales [12].

- **Implicaciones para el Futuro**

La influencia de la RV en la organización y participación en eventos y ferias turísticas sugiere un cambio paradigmático hacia experiencias más accesibles y globalmente integradas. Sin embargo, para maximizar su potencial, es esencial abordar las diferencias en la adopción y asegurar que las tecnologías de RV sean accesibles en una variedad más amplia de contextos geográficos y económicos. Esto implicaría inversiones en infraestructura, así como políticas que fomenten la equidad en el acceso tecnológico [17].

6. Gráfico

En la Figura 1 se muestra un ejemplo visual relacionado con la RV en eventos.



Figura 1: Aplicación de RV en eventos turísticos.

7. Tabla de Comparación

En la Tabla 1 se comparan las características de eventos tradicionales y virtuales.

Característica	Tradicional	Virtual
Costo	Alto	Bajo
Acceso	Limitado	Global
Experiencia	Física	Inmersiva

Cuadro 1: Comparación de eventos tradicionales y virtuales.

8. Ecuaciones

La interpolación de Lagrange para una función $f(x)$ se define como:

$$P(x) = \sum_{i=0}^n f(x_i) \prod_{j=0, j \neq i}^n \frac{x - x_j}{x_i - x_j} \quad (1)$$

9. Hyperreferencias

Consulte la sección 10 para conclusiones o visite Google para más información.

10. Conclusiones

En comparación con los eventos tradicionales que ofrecen ventajas en términos de interacción humana y experiencias sensoriales completas, la RV se destaca por su flexibilidad y facilidad de acceso. Sin embargo la RV aún enfrenta el reto de replicar completamente la calidez y la conexión humana que se generan en los encuentros físicos [19].

El impacto económico de la realidad virtual en eventos y ferias turísticas es prometedor, ofreciendo oportunidades para reducir costos y crear nuevas fuentes de ingresos. Sin embargo, los organizadores deben evaluar cuidadosamente los desafíos relacionados con la inversión inicial y el retorno esperado. A medida que la tecnología evoluciona y se vuelve más accesible, es probable que estas barreras disminuyan, haciendo que la RV sea una opción económicamente atractiva para una gama más amplia de eventos [14].

La realidad virtual está estableciendo un nuevo paradigma en la organización de eventos y ferias turísticas, con un impacto significativo en su alcance global y la inclusión de participantes internacionales. A medida que la tecnología continúa desarrollándose y los costos asociados disminuyen, se espera que su adopción se generalice aún más [1].

Referencias

- [1] Alonso Alegre-Bravo and C. Lindsay Anderson. Exploring the influence of multi-dimensional variables on access to electricity in rural areas of the Global South. *Applied Energy*, 333(May 2022):120509, 2023.
- [2] Jingjing An and Yanzhen Wang. The Impact of the Belt and Road Initiative on Chinese International Political Influence: An Empirical Study Using a Difference-in-Differences Approach. *Journal of Chinese Political Science*, (June), 2023.
- [3] Anita Andziak. "improving the tourism industry through virtual reality". (March):0–12, 2023.
- [4] Juan F. Arenas-Escaso, José A. Folgado-Fernández, and Pedro R. Palos-Sánchez. Internet interventions and therapies for addressing the negative impact of digital overuse: a focus on digital free tourism and economic sustainability. *BMC Public Health*, 24(1):1–12, 2024.
- [5] Shengming Chen, Fushuai Wang, and Muhammad Haroon. The impact of green economic recovery on economic growth and ecological footprint: A case study in developing countries of Asia. *Resources Policy*, 85(PA):103955, 2023.
- [6] Viachaslau Filimonau, Mark Ashton, and Ugljesa Stankov. Virtual spaces as the future of consumption in tourism, hospitality and events. *Journal of Tourism Futures*, 10(1):110–115, 2022.
- [7] Ayah Hamad and Bochen Jia. How Virtual Reality Technology Has Changed Our Lives: An Overview of the Current and Potential Applications and Limitations. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(18), 2022.

- [8] Guanmei Huang and Zhen Wang. The Application of Virtual Reality Technology in the Coordination and Interaction of Regional Economy and Culture in the Sustainable Development of Ecotourism. *Mathematical Problems in Engineering*, 2022, 2022.
- [9] Timothy Jung, M Claudia Tom Dieck, Hyunae Lee, and Namho Chung. Information and Communication Technologies in Tourism 2016. *Information and Communication Technologies in Tourism 2016*, (December 2018), 2022.
- [10] Myung Ja Kim, Choong Ki Lee, and Timothy Jung. Exploring Consumer Behavior in Virtual Reality Tourism Using an Extended Stimulus-Organism-Response Model. *Journal of Travel Research*, 59(1):69–89, 2020.
- [11] Myung Ja Kim, Choong Ki Lee, and Timothy Jung. Exploring Consumer Behavior in Virtual Reality Tourism Using an Extended Stimulus-Organism-Response Model. *Journal of Travel Research*, 59(1):69–89, 2020.
- [12] Marina M. Lebedeva. Political organization of the world in the context of contemporary megatrends: Scenarios of development. *Vestnik Volgogradskogo Gosudarstvennogo Universiteta, Seriya 4: Istorii, Regionovedenie, Mezhdunarodnye Otnosheniia*, 26(3):10–21, 2021.
- [13] Daniel Alejandro Loaiza Carvajal, María Mercedes Morita, and Gabriel Mario Bilmes. Virtual museums. Captured reality and 3D modeling. *Journal of Cultural Heritage*, 45:234–239, 2020.
- [14] Víctor Martínez-Molés, Timothy Hyungsoo Jung, Carmen Pérez-Cabañero, and Amparo Cervera-Taulet. Gathering pre-purchase information for a cruise vacation with virtual reality: the effects of media technology and gender. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(1):407–429, 2022.
- [15] Sanjiv Narula, Anil Kumar, Surya Prakash, Maheshwar Dwivedy, Harish Puppala, and Vishal Talwar. Modelling and Analysis of Challenges for Industry 4.0 Implementation in Medical Device Industry to Post COVID-19 Scenario. *International Journal of Supply and Operations Management*, 10(2):117–135, 2023.
- [16] Gordon Rausser, Wadim Strielkowski, and Elena Korneeva. Sustainable tourism in the digital age: Institutional and economic implications. *Terra Economicus*, 19(4):141–159, 2021.
- [17] Vasco Santos, Paulo Ramos, Bruno Sousa, and Marco Valeri. Towards a framework for the global wine tourism system. *Journal of Organizational Change Management*, 35(2):348–360, 2022.
- [18] Laxmi Kanta Sharma. Analyzing the Evolution of Nepal ’ s Tourism in 2022 : Insights and Future Perspectives Analyzing the Evolution of Nepal ’ s Tourism in 2022 : Insights and Future Perspectives. (April), 2024.
- [19] Beata Ślusarczyk, Manuela Tvaronavičienė, Adnan Ul Haque, and Judit Oláh. Predictors of industry 4.0 technologies affecting logistic enterprises’ performance: International perspective from economic lens. *Technological and Economic Development of Economy*, 26(6):1263–1283, 2020.

- [20] Inna Soifer and Shellie Kark. Virtual Reality for Convention Sales and Marketing : Fad or Trend ? 2024.
- [21] Dalia Streimikiene and Elena Korneeva. Economic impacts of innovations in tourism marketing. *Terra Economicus*, 18(3):182–193, 2020.
- [22] Po Yuan Su, Peng Wei Hsiao, and Kuo Kuang Fan. Investigating the Relationship between Users’ Behavioral Intentions and Learning Effects of VR System for Sustainable Tourism Development. *Sustainability (Switzerland)*, 15(9), 2023.
- [23] Manati Talafubieke, Sheng Mai, and Nuermila Xialifuhan. Evaluation of the Virtual Economic Effect of Tourism Product Emotional Marketing Based on Virtual Reality. *Frontiers in Psychology*, 12(November):1–11, 2021.
- [24] Natalya Ushenko, Ganna Likhonosova, Andrey Zahariev, Larysa Shaulska, Marcin Keşy, and Victoriia Hurochkina. Strategies for Strengthening Business Economic Security With Account To Global Financial Challenges. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*, 6(53):300–317, 2023.
- [25] Junbo Wang, Songyan Liu, Xinting Li, Yao Xiao, Bronte Scheuer, and Pengfei Zhao. Analysis on Temporal and Spatial Evolution of UNESCO Global Geoparks and Impact Factors. *Geoheritage*, 14(4), 2022.
- [26] Aixiang Yuan and Jinhwan Hong. Impacts of Virtual Reality on Tourism Experience and Behavioral Intentions: Moderating Role of Novelty Seeking. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, page 10963480231171301, may 2023.