

Cite this article:

Apaza, C. et al. (2025). Actitudes hacia la adopción tecnológica para la accesibilidad turística en personas con discapacidad. Revista Científica de Ingeniería, Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional de Frontera: Turicarami, 1(1), 30-47. doi.org/10.57063/rcittur.v1i1.181

Actitudes hacia la adopción tecnológica para la accesibilidad turística en personas con discapacidad

Cynthia Milagros Apaza-Panca¹ ; Abdías Chávez Epiquén¹ ; Irma Victoria Martínez Nole¹ ; Carlomagno Sancho Noriega¹ ; Erick Joel Hernández Ramos¹ ; Marlon Martín Mogollón Taboada¹ ; Exilda Elena Peña Alvarado¹ ; Jessica Maryurie Viera Canova¹ ; Angie Beatriz Ortiz Calopino¹ 

¹Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo, Grupo de investigación Sustainable Tourism Management (SUMA-T), Universidad Nacional de Frontera, Av. San Hilarión N°101, Sullana 20103, Perú.

*Autor correspondiente/Corresponding author: Cynthia Milagros Apaza-Panca - cynthiamilagros9@gmail.com / capaza@unf.edu.pe

Attitudes towards technology adoption for tourism accessibility in people with disabilities

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo evaluar el nivel de aceptación de herramientas tecnológicas en la accesibilidad turística, atendiendo a las particularidades de grupos de personas con discapacidad y considerando los factores que influyen en su adopción tecnológica. Se adoptó un enfoque cuantitativo con un diseño descriptivo, transversal y no experimental. La muestra estuvo conformada por 43 usuarios beneficiarios de la Oficina Municipal de Atención a la Persona con Discapacidad (OMAPED) de los distritos de Los Órganos y Máncora, seleccionados mediante muestreo no probabilístico por conveniencia. Se utilizó un cuestionario basado en el Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM) de Davis (1989), compuesto por 17 ítems distribuidos en cinco dimensiones: utilidad percibida, facilidad de uso percibida, disfrute percibido, intención de uso y resistencia al cambio, evaluados con una escala Likert de cinco puntos. Los resultados revelan una actitud favorable hacia la adopción tecnológica, con altas puntuaciones en utilidad percibida (4.23–4.47), intención de uso (4.49–4.56) y baja resistencia al cambio (4.60–4.79). No obstante, se identificaron debilidades en la dimensión de facilidad de uso (3.14–3.42), con alta dispersión, lo que sugiere posibles barreras cognitivas o de usabilidad. El disfrute percibido presentó resultados moderadamente positivos. Estos hallazgos respaldan la validez del TAM en contextos de accesibilidad turística y subrayan la necesidad de implementar estrategias de diseño centrado en el usuario, capacitación y sensibilización tecnológica para promover una inclusión digital efectiva en el turismo accesible.

Palabras clave: Tecnología aplicada al turismo, tecnologías emergentes, accesibilidad, turismo inclusivo, modelo TAM.

Abstract

This study aimed to evaluate the level of acceptance of technological tools in accessible tourism, considering the specific needs of groups of people with disabilities and the key factors influencing their technology adoption. A quantitative approach was adopted, using a descriptive, cross-sectional, and non-experimental design. The sample consisted of 43 users who were beneficiaries of the Municipal Office for the Care of Persons with Disabilities (OMAPED) in the districts of Los Órganos and Máncora, selected through non-probabilistic convenience sampling. A questionnaire based on Davis's (1989) Technology Acceptance Model (TAM) was used, comprising 17 items grouped into five dimensions: perceived usefulness, perceived ease of use, perceived enjoyment, intention to use, and resistance to change, all evaluated using a five-point Likert scale. The results revealed a generally favorable attitude toward technology adoption, with high scores in perceived usefulness (4.23–4.47), intention to use (4.49–4.56), and low resistance to change (4.60–4.79). However, weaknesses were identified in the perceived ease of use dimension (3.14–3.42), with high variance, suggesting possible cognitive or usability barriers. Perceived enjoyment showed moderately positive results. These findings support the applicability of the TAM in the context of accessible tourism and highlight the need to implement user-centered design strategies, training, and technological awareness programs to foster effective digital inclusion in accessible tourism.

Keywords: Technology applied to tourism, emerging technology, accessibility, inclusive tourism, TAM model.



Licencia Creative Commons Atribución
4.0 Internacional (CC BY 4.0).



Recibido /

Received: 10/10/2025

Aceptado /

Accepted: 10/12/2025

Publicado en línea /

Published online:

17/12/2025



FONDO
EDITORIAL
UNF

1. Introducción

En la actualidad, la aceptación de tecnologías emergentes en el ámbito del turismo ha cobrado una creciente relevancia, especialmente en su potencial para mejorar la experiencia de viaje de diversos grupos de turistas, experiencias que antes de la globalización eran imprevisibles (Bravo Acosta, 2024). No obstante, este crecimiento ha involucrado varios desafíos respecto a la accesibilidad y la inclusión (Rodríguez et al., 2025). Respecto a ello, los adultos mayores y las personas con discapacidad representan segmentos importantes que, tradicionalmente, han enfrentado barreras en el acceso y disfrute de destinos turísticos. Las barreras intrínsecas se refieren a los aspectos psicológicos (ansiedad, estrés, etc); en las barreras interactivas están vinculadas a las dificultades sociales que pueden ocurrir durante el viaje, y, por último, las barreras ambientales incluyen limitaciones físicas (transporte y accesibilidad). No obstante, existen zonas turísticas que todavía no son accesibles para las personas que presentan limitaciones (Perangin-Angin et al., 2025). Por otro lado, la Organización Mundial del Turismo (OMT), Fundación ONCE y Normalización Española expresaron que la industria turística está priorizando destinos turísticos accesibles, sin importar las discapacidades físicas (Chan et al., 2025).

La incorporación de herramientas tecnológicas como la realidad virtual (en adelante RV), aplicaciones de asistencia, plataformas accesibles y dispositivos de movilidad inteligente no solo facilita su participación activa en el turismo, sino que también promueve la inclusión y el bienestar (Huang et al., 2023). A su vez la RV está transformando la industria turística, puesto que brinda experiencias inmersivas en destinos lejanos e inaccesibles (Zhang & Xiong, 2024). Además, ofrece experiencias innovadoras porque permite que los usuarios se sumerjan e interactúen personalmente con los atractivos turísticos por medio del entorno virtual (Godovykh et al., 2022).

Sin embargo, la adopción de estas tecnologías por parte de estos grupos depende de factores como la facilidad de uso, la percepción de utilidad y la accesibilidad de los dispositivos (Huang et al., 2023), lo cual representa un desafío clave para la industria turística en su camino hacia la innovación inclusiva. Complementariamente, la utilidad percibida influye indirectamente a través de la actitud hacia el uso, como demuestra la experiencia con el programa Yunyou Dunhuang, donde los usuarios valoraron especialmente la claridad en la organización del contenido y la comprensión del conocimiento como factores que disminuyen la dificultad de uso (Yan et al., 2024).

Diversos estudios han profundizado en estos factores desde el modelo de aceptación tecnológica (TAM), resaltando que la facilidad de uso percibida se posiciona como un predictor más relevante que la utilidad percibida en la adopción del turismo de RV, lo que obliga a los desarrolladores a priorizar interfaces intuitivas y funcionales (DeLange Martínez et al., 2025; Zhang & Xiong, 2024). Este hallazgo adquiere especial relevancia en contextos con diversos niveles de alfabetización digital, como el mercado turístico chino.

Asimismo, estudios aplicados a poblaciones de adultos mayores coinciden en que la facilidad de uso, el diseño visual intuitivo y la claridad de la información son elementos críticos para reducir la ansiedad tecnológica y fomentar la autoeficacia, lo que mejora la aceptación (Li et al., 2025; Murciano Hueso et al., 2022). Esto sugiere que un enfoque de diseño centrado en el usuario, que considere sus capacidades y preferencias, es esencial para mejorar la accesibilidad tecnológica en el turismo.

Por otro lado, se ha evidenciado que experiencias inmersivas y bien diseñadas no solo aumentan la intención de uso, sino también la disposición a pagar, especialmente entre los nativos digitales, quienes se sienten más cómodos con la tecnología (Prados-Castillo et al., 2024). La calidad del sistema, la conveniencia y la información también inciden positivamente en la utilidad y aceptación de aplicaciones turísticas digitales (Chen & Tsai, 2019). Además, la experiencia de flujo y la cognición encarnada mediadas por la interacción tecnológica pueden fortalecer el sentido de identidad cultural y enriquecer la experiencia del usuario, especialmente en contextos rurales o patrimoniales (Lin et al., 2024).

En este contexto, la presente investigación tiene como objetivo evaluar el nivel de aceptación de herramientas tecnológicas en la accesibilidad turística, atendiendo a las particularidades de grupos de personas con discapacidad y considerando los factores clave que influyen en su adopción tecnológica.

1.1. Revisión de literatura

La accesibilidad turística se ha consolidado como un pilar fundamental para garantizar la inclusión social y el ejercicio pleno de los derechos de todas las personas, independientemente de su condición física o sensorial. Como señalan Beltrán Murcia et al. (2021), la inclusión de personas con discapacidad en el turismo es un requisito imprescindible para asegurar igualdad de condiciones y respeto por los derechos de movilidad. El concepto de turismo accesible va más allá de permitir el acceso a personas con discapacidad física, sensorial o cognitiva; implica la creación de entornos que promuevan la autonomía, la equidad y la dignidad de todos los individuos, a través de infraestructuras y servicios que favorezcan la participación de manera independiente. En este sentido, la accesibilidad universal no debe ser vista como un concepto restringido a un grupo específico, sino como un enfoque integral que beneficia tanto a turistas como a residentes locales (Cerdá-Mansilla et al., 2024; Leal & Silva, 2024). Promover el turismo accesible involucra un beneficio para las personas con necesidades diferentes y ayuda a la diversificación de turistas, desarrollando un entorno más sostenible (Rodríguez et al., 2025).

Para lograr un turismo inclusivo y sostenible, es crucial que las estrategias de accesibilidad se implementen de manera transversal, abarcando tanto el diseño físico de los espacios turísticos como la digitalización de los servicios. Nigg & Peters (2022) destacan que el turismo accesible no solo implica la adecuación de infraestructuras como rampas, señalización adecuada y transporte accesible, sino también la colaboración entre diversas partes interesadas para crear entornos que favorezcan la integración de personas con discapacidad, temporal o permanente. Esto incluye a personas con movilidad reducida, mujeres embarazadas, niños pequeños y adultos mayores, quienes también enfrentan barreras durante su experiencia turística. El cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible depende en gran medida de la integración de estos grupos, ya que su inclusión no solo mejora la calidad de vida de los afectados, sino que también contribuye a un turismo más justo y accesible para todos (Medina Esparza & Zepeda Arce, 2024; Vega Cisneros & Cisneros Arias, 2023).

La incorporación de tecnologías avanzadas en el turismo accesible está transformando la forma en que las personas con discapacidad interactúan con los destinos turísticos, tanto en el ámbito físico como virtual. Según López-Huertas et al. (2025), el uso de elementos como fotografías, visitas virtuales, y sitios web especializados no solo mejora el acceso a la información, sino que también permite a los turistas con movilidad reducida o discapacidad sensorial explorar y planificar sus viajes con mayor autonomía. La integración de tecnologías como la realidad aumentada (RA) y las aplicaciones móviles también está facilitando la creación de experiencias turísticas inclusivas, permitiendo a los viajeros acceder a información en tiempo real sobre accesibilidad en las infraestructuras del destino. De esta manera, el uso de tecnologías digitales contribuye a un turismo más inclusivo, eficiente y personalizado, ofreciendo a los turistas la posibilidad de experimentar un destino de forma segura y cómoda, sin importar sus capacidades físicas.

En paralelo, los avances tecnológicos están impulsando la transformación hacia destinos inteligentes, un concepto que busca integrar las últimas innovaciones para ofrecer una experiencia turística de alta calidad y accesible para todos. Como afirman Cerdá-Mansilla et al. (2024) y Bravo Acosta (2024), la adopción de tecnologías como el 5G, el wifi público, y las aplicaciones móviles está permitiendo que los destinos turísticos se conviertan en entornos más conectados e interactivos. Estos avances no solo mejoran la sostenibilidad y eficiencia operativa del sector turístico, sino que también facilitan la creación de servicios y experiencias personalizadas, como la adaptación de recorridos turísticos a las necesidades específicas de los viajeros con discapacidad. En este sentido, los destinos inteligentes, al aprovechar la tecnología para crear espacios accesibles y sostenibles, no solo mejoran la calidad de la experiencia del visitante, sino que también promueven un turismo responsable y accesible para todos, en línea con los objetivos de sostenibilidad globales y las demandas de una industria en constante evolución (Herrera & Mera, 2023).

Es preciso destacar que, en el 2016, Discovery Travel fundó Discovery (TRVLR), que contiene los siete continentes, las cuales algunos destinos turísticos ofrecían servicios de RV. En estos lugares los turistas se inducían en un ambiente visceral y narrativo de 360°, mostrando videos de atractivos turísticos famosos pero

inalcanzables (Lin et al., 2020), siendo una iniciativa que muestra un turismo accesible para todos utilizando la RV.

1.1.1. Tecnologías inmersivas

Las tecnologías emergentes constituyen un conjunto de innovaciones provenientes de áreas como la informática, las telecomunicaciones, la automatización, la robótica y la digitalización, que se han consolidado como herramientas estratégicas para impulsar la innovación y generar ventajas competitivas sostenibles en diversos sectores (Jacome, 2021; Ramos-Rivadeneira & Jiménez-Toledo, 2024). Su expansión ha sido favorecida por fenómenos como la consolidación de la Web 2.0, la disminución de los costos tecnológicos y la amplia penetración de los dispositivos móviles (Cabrero Almenara, 2022). Entre estas se destacan las denominadas tecnologías inmersivas, que permiten generar entornos tridimensionales interactivos capaces de inducir en el usuario la sensación de estar dentro del espacio digital representado (Mejía Mejía et al., 2019). Cabe señalar que dicha sensación de inmersión no depende exclusivamente de las capacidades tecnológicas, sino que constituye una experiencia psicológica que se activa a través de la interacción significativa con escenarios digitales cuidadosamente diseñados (Carrizo, 2021). Este tipo de tecnología representa una innovación en el sector turístico al utilizar videos en 360° que permiten visualizar los atractivos turísticos, brindando al usuario una experiencia inmersiva previa al viaje (Rahimzhan et al., 2020).

En este contexto, las tecnologías inmersivas como la realidad virtual (RV) y la realidad aumentada (RA) han transformado la forma en que los usuarios interactúan con entornos digitales, al proporcionar experiencias multisensoriales que general una sensación de inmersión (Huang et al., 2023; Ramallal, 2024). Estas herramientas también potencian la participación de los turistas al ofrecer contenidos sostenibles y accesibles para la interpretación de espacios naturales (Parra & Viviescas, 2024). Según Berger et al. (2007), la RV posibilita la creación de entornos inmersivos que permiten a los visitantes potenciales experimentar de manera realista y tridimensional los destinos turísticos que desean visitar (Huang et al., 2013). Además, al integrar la RV con las limitaciones geográficas, los turistas pueden explorar de forma remota paisajes y estilos de vida atractivos, lo que contribuye a establecer escenarios inmersivos y mejorar la percepción general del usuario (Han et al., 2025).

Estas tecnologías permiten simular entornos realistas a través de imágenes, sonidos y plataformas interactivas, generando experiencias que capturan la atención, estimulan la imaginación y promueven la interacción (Huang et al., 2023; Lin et al., 2024). Además, fomentan la participación activa del usuario, lo que incrementa su interés, curiosidad y conexión emocional con el contenido cultural y turístico (Lin et al., 2024), de paso se aprovecha para enriquecer la experiencia de los visitantes y superar barreras físicas o económicas.

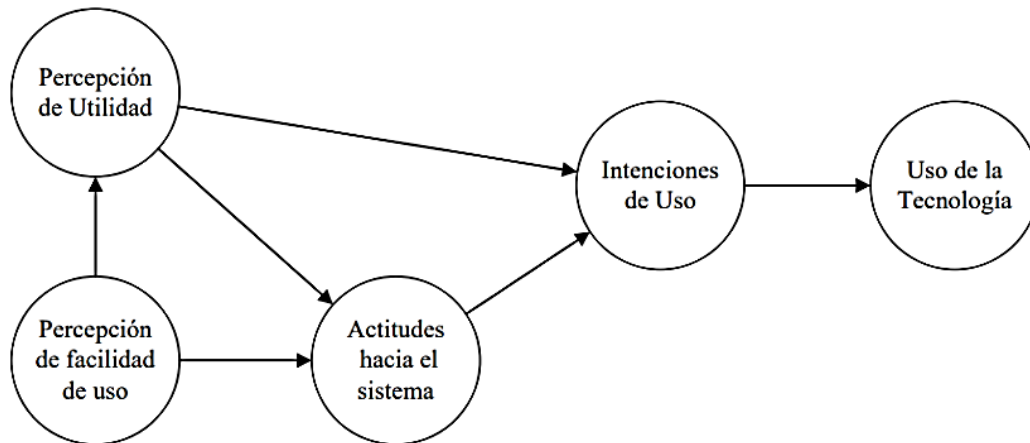
El turismo virtual, basado en la RV, se presenta como una alternativa accesible y transformadora al turismo tradicional, especialmente útil para personas con limitaciones físicas o presupuestarias (Zhang & Xiong, 2024). Estas tecnologías permiten a los usuarios explorar destinos remotos sin necesidad de desplazarse, aumentando la inclusión en las experiencias turísticas. En este contexto, el metaverso amplía aún más las posibilidades al ofrecer un entorno tridimensional sincronizado donde los usuarios, representados por avatares, pueden interactuar, cocrear y compartir experiencias en tiempo real (Akyürek et al., 2024; Gursoy et al., 2022). Este nuevo mundo digital no solo complementa la experiencia turística, sino que redefine la manera en que las personas descubren, aprenden y se conectan con destinos, trascendiendo las limitaciones del espacio físico.

1.1.2. Modelos de aceptación tecnológica

Los modelos de aceptación de tecnología, como el TAM (Technology Acceptance Model) desarrollado por Davis (1989) y el UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) propuesto por Venkatesh et al. (2003), han sido ampliamente utilizados para comprender cómo y por qué los usuarios adoptan nuevas tecnologías (Acosta-Enriquez et al., 2024; Chang et al., 2022; Saif et al., 2024; Wu et al., 2025). El modelo TAM original considera como factores importantes en la adopción de tecnología, la utilidad percibida y la facilidad de uso percibida, tal como se muestra en la Figura 1, mientras que, el modelo UTAUT

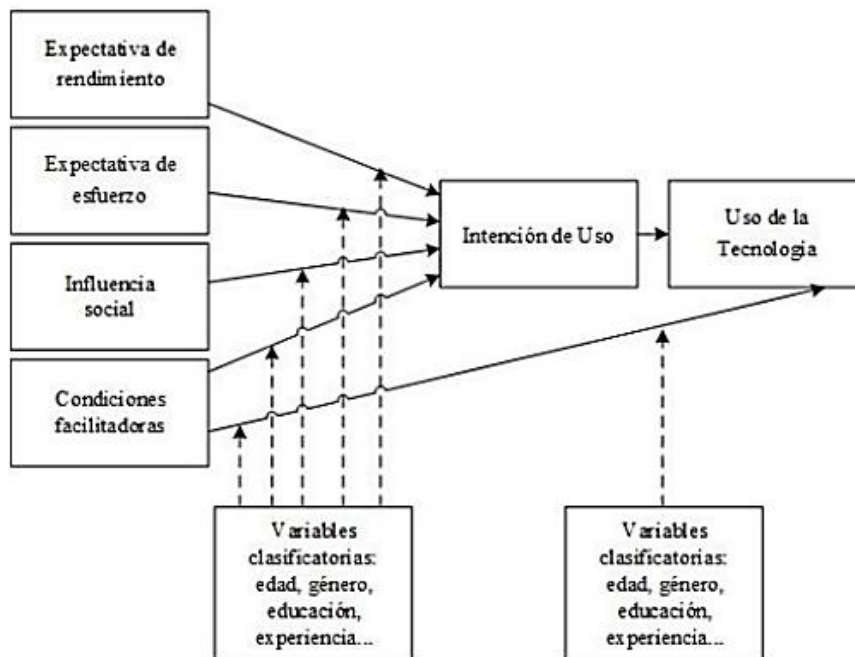
integra elementos como la expectativa del rendimiento, expectativa del esfuerzo y condiciones facilitadoras que llevan a la intención de uso de la tecnología (Palos-Sanchez et al., 2019), tal como se visualiza en la Figura 2. En el contexto del turismo, especialmente cuando se introducen tecnologías emergentes como la realidad virtual, estos modelos resultan fundamentales para analizar las actitudes y comportamientos de los usuarios frente a la innovación digital (Huang et al., 2023).

Figura 1
Modelo TAM propuesto por Davis (1989)



Nota: Extraído de (Palos-Sanchez et al., 2019)

Figura 2
Modelo UTAUT adaptado de Venkatesh et al. (2003).



Nota: Extraído de (Palos-Sanchez et al., 2019)

El Modelo de Aceptación de la Tecnología (TAM), desarrollado por Davis (1989) y derivado de la Teoría de la Acción Razonada (TRA), ha sido ampliamente utilizado para explicar la adopción de tecnologías, especialmente en contextos relacionados con sistemas de información y tecnologías emergentes (Chanda et al., 2024; Sohn & Kwon, 2020). Su premisa central radica en que dos creencias cognitivas fundamentales, la utilidad percibida (PU) y la facilidad de uso percibida (PEOU) determinan la actitud de un usuario hacia una tecnología y, en consecuencia, su intención de uso (Murciano Hueso et al., 2022; Saif et al., 2024; Wei et al., 2025; Xia et al., 2018). La utilidad percibida se refiere al grado en que una persona cree que el uso de una tecnología mejorará su desempeño, mientras que la facilidad de uso percibida se relaciona con la creencia de que su utilización requerirá un esfuerzo mínimo (Agag & El-Masry, 2016; Mbeya-Munkhondya et al., 2025; Wang et al., 2024). Estos constructos no solo predicen el comportamiento de adopción, sino que también pueden ser influenciados por variables externas como la confianza, el riesgo percibido o el disfrute percibido (Akyürek et al., 2024; Lakshmanan et al., 2024; Lorenzo Romero et al., 2011). Además, el TAM ha demostrado ser un modelo adaptable y robusto en distintos sectores, incluyendo el turismo, donde la percepción de facilidad de uso de tecnologías como la realidad virtual es esencial para fomentar su aceptación y participación (DeLange Martínez et al., 2025; Prasetyo et al., 2025).

Del mismo modo, Davis (1989) expresó que existe relación entre la facilidad de uso percibida y la utilidad percibida, la cual afectan al momento de la aceptación y uso de la tecnología, por lo que, se debe estudiar la conducta que tienen las personas con discapacidad ante la aceptación de la tecnología, lo que permite reconocer eficazmente esta tecnología para fomentar su viaje turístico (Chan et al., 2025). Asimismo, menciona que las apreciaciones de los usuarios respecto a la utilidad de la tecnología influyen también en la facilidad de uso. Por tal razón, los visitantes que experimentan con facilidad el uso de la tecnología de RV, tienden a estar más dispuestos a percibirla como una herramienta útil que mejoraría su experiencia turística y generaría la participación en el turismo de RV (Zhang & Xiong, 2024).

2. Materiales y métodos

La presente investigación aplicó una metodología de tipo descriptiva, que permite dimensionar la aceptación de tecnologías emergentes por parte de personas con discapacidad y adultos mayores, el diseño fue transversal no experimental; así mismo el enfoque del estudio fue cuantitativo, el cual se distingue por recolectar información de manera estructurada y cuantificable, la cual es posteriormente analizada con técnicas estadísticas rigurosas (Zúñiga et al., 2023). En la población se consideró a beneficiarios de la Oficina Municipal de Atención a la Persona con Discapacidad - OMAPED de los distritos de Los órganos y Máncora, de la Provincia de Talara. La muestra fue seleccionada mediante el método de muestreo no probabilístico por conveniencia, siendo un total de 43 los usuarios seleccionados.

Se utilizó como instrumento de medición un cuestionario basado en el modelo TAM de Davis (1989) compuesto por 17 ítems agrupados en 5 dimensiones: utilidad percibida, facilidad de uso percibida, disfrute percibido, intención de uso y resistencia al cambio; medido a una escala de Likert 5. El instrumento fue aplicado mediante trabajo de campo durante el mes de octubre de 2024. Es preciso mencionar que se solicitó un consentimiento informado a los usuarios antes de proceder con el cuestionario. Se realizó el análisis de fiabilidad del instrumento mediante el coeficiente del alfa de Cronbach, obteniendo un resultado de 0.914 y en cuanto al procesamiento de los datos se utilizó el programa IBM SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), aplicando estadística descriptiva para el análisis de los datos. Detalla los procedimientos, técnicas, equipos y metodologías utilizados para llevar a cabo el estudio, permitiendo la replicación de los resultados.

3. Resultados

En el análisis sociodemográfico, se observó que el 62.8% de los encuestados fueron mujeres, mientras que el 37.2%, hombres. La muestra estuvo mayoritariamente compuesta por población adulta, destacando los adultos mayores (más de 65 años) con un 27.3%, seguidos por los grupos de 50 a 64 años y 35 a 49 años, ambos con 23.6%. Los jóvenes entre 18 y 34 años representaron el 13.1% y los menores de 18 años el 12.4%. En cuanto a procedencia, el 49.1% provenían de Los Órganos y el 45.9% de Máncora siendo las zonas de mayor concentración. Un pequeño porcentaje procedía de Negritos (3.1%) y Tumbes (1.9%). Respecto al ingreso mensual, la mayoría de los encuestados (74%) indicaron percibir menos de S/.900.00, mientras que

un 17.4% reportó ingresos entre S/.900.00 y S/.1500.00. Solo un 8.7% indicó ingresos superiores a S/.1500.00 y ninguno reportó ingresos mayores a S/3000.00. Finalmente, los lugares más visitados recientemente fueron Piura (45.4%), Talara (20.5%) y Tumbes (1.9%). Solo un 3.1% reportó haber viajado fuera del país (Ecuador). Ese patrón de movilidad podría estar vinculado al limitado poder adquisitivo observado en la muestra, sumado a la condición de contar con alguna discapacidad, considerando que son beneficiarios del programa OMAPED.

Los resultados de la Tabla 1 reflejan una alta valoración positiva sobre el uso de tecnologías emergentes en el turismo.

Tabla 1

Dimensión utilidad percibida.

Escala	El uso de tecnologías emergentes en mi viaje mejorará mi experiencia. %	Utilizar tecnologías emergentes me generará más satisfacción. %	Utilizar tecnologías emergentes como turista mejorará mi experiencia turística. %	Encuentro útil el uso de tecnologías emergentes en los viajes turísticos. %
En desacuerdo	2.3	7.0	2.3	4.7
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	7.0	23.3	7.0	14.0
De acuerdo	32.6	41.9	44.2	34.9
Totalmente de acuerdo	58.1	27.9	46.5	46.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Nota. Informe del SPSS.

El 58.1% y 46.5% están totalmente de acuerdo en que el uso de tecnologías emergentes mejora la experiencia turística, y sumando las respuestas "de acuerdo" y "totalmente de acuerdo", los niveles de aceptación oscilan entre el 69.8% y 90.7% según el ítem. Por otro lado, solo entre el 2.3% y 7% expresó algún desacuerdo. Estos resultados sugieren que existe una percepción generalizada de que las tecnologías emergentes aportan utilidad significativa a la experiencia turística, lo cual respalda su implementación.

La dimensión facilidad de uso percibida, Tabla 2, presenta resultados más moderados, donde las opiniones están más divididas.

Tabla 2

Dimensión facilidad de uso percibida.

Escala	Usar tecnologías emergentes no me supone mucho esfuerzo mental. %	Encuentro fácil que las tecnologías emergentes hagan lo que yo quiero que hagan. %	Mi interacción con las tecnologías emergentes es clara y comprensible. %	Encuentro las tecnologías emergentes fáciles de usar. %
Totalmente en desacuerdo	4.7	4.7	9.3	11.6
En desacuerdo	11.6	16.3	18.6	20.9
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	44.2	32.6	37.2	32.6
De acuerdo	27.9	25.6	7.0	11.6
Totalmente de acuerdo	11.6	20.9	27.9	23.3
Total	100	100	100	100

Nota. Informe del SPSS.

Una gran proporción se ubicó en una postura neutral (“ni de acuerdo ni en desacuerdo”), con porcentajes que van del 32.6% al 44.2%. Solo entre 11.6% y 27.9% están de acuerdo con que las tecnologías son fáciles de usar. En contraste, las respuestas negativas (en desacuerdo” y “totalmente en desacuerdo”) también son significativas, alcanzando hasta el 32.5% en algunos ítems. Aunque muchos encuestados no rechazan el uso de tecnologías emergentes, todavía hay incertidumbre sobre su facilidad de uso. Esto sugiere la necesidad de mejorar la accesibilidad y usabilidad.

En la tabla 3, se observa una tendencia más positiva respecto al aspecto lúdico de las tecnologías.

Tabla 3

Dimensión. disfrute percibido.

Escala	El uso de tecnologías emergentes en mis viajes añade un aspecto lúdico en mi experiencia. %	Me divierte realizar actividades con mis amigos a través del uso de tecnologías emergentes. %	Disfruto al utilizar tecnologías emergentes en mis viajes. %	El uso de tecnologías emergentes hace mis viajes más divertidos. %
Totalmente en desacuerdo	2.3	2.3		
En desacuerdo	18.6	7.0	16.3	11.6
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	41.9	27.9	25.6	27.9
De acuerdo	18.6	23.3	25.6	20.9
Totalmente de acuerdo	18.6	39.5	32.6	39.5
Total	100	100	100	100

Nota. Informe del SPSS.

Un promedio del 39.5% está totalmente de acuerdo en que estas tecnologías hacen sus viajes más divertidos. Un grupo entre el 23.3% y 25.6% también se muestra “de acuerdo”. La respuesta neutral (“ni de acuerdo ni en desacuerdo”) representa entre 25.6% y 41.9%, y las respuestas negativas no superan el 18.6%. Los participantes valoran el componente recreativo de las tecnologías emergentes, aunque todavía hay una franja importante que no se posiciona claramente.

Los datos de la tabla 4 muestran una intensidad de uso muy alta.

Tabla 4

Dimensión intención de uso.

Escala	Asumiendo que tuviera acceso a tecnologías emergentes, tengo intención de utilizarlas en mi futura experiencia turística. %	Pienso utilizar tecnologías emergentes en mi próximo viaje. %
Totalmente en desacuerdo	2.3	
En desacuerdo	2.3	
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2.3	18.6
De acuerdo	23.3	14.0
Totalmente de acuerdo	69.8	67.4
Total	100	100

Nota. Informe del SPSS.

El 69.8% y 67.4% manifiestan estar totalmente de acuerdo con la intención de usar tecnologías emergentes y futuros viajes. Sumando “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”, se alcanza el 93.1% y 81.4%. Mientras que, las respuestas negativas son mínimas, entre 0% y 4.6%. Los resultados sugieren que existe una

fuerte disposición hacia el uso futuro de estas tecnologías, lo que indica un entorno favorable para su adopción.

Paradójicamente, pese al nombre de la dimensión, los resultados de la Tabla 5 muestran baja resistencia y más bien una alta apertura al cambio.

Tabla 5

Dimensión resistencia al cambio.

Escala	Me gustaría que las tecnologías emergentes cambien la manera en que se desarrolla los viajes. %	Quiero que las tecnologías emergentes cambien la interacción comunidad existente. %	Me gustaría que las tecnologías emergentes cambiaran la forma en que recibo el servicio. %
Totalmente en desacuerdo	2.3	2.3	2.3
En desacuerdo	2.3	2.3	
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2.3		
De acuerdo	18.6	20.9	11.6
Totalmente de acuerdo	74.4	74.4	86.0
Total	100	100	100

Nota. Informe del SPSS.

Entre 74.4% y 86% están totalmente de acuerdo con que las tecnologías cambien la manera de interactuar, recibir servicios o vivir la experiencia turística. Las respuestas negativas en esta dimensión son mínimas (2.3% en cada categoría). Los encuestados están dispuestos a aceptar transformaciones impulsadas por la tecnología en el ámbito turístico, lo cual contrarresta la idea de "resistencia al cambio".

Los resultados del análisis estadístico descriptivo se muestran en las siguientes tablas:

Tabla 6

Estadísticos descriptivos de la dimensión utilidad percibida.

Utilidad Percibida	Media	Desv. típ.
El uso de tecnologías emergentes en mi viaje mejorará mi experiencia.	4.47	.735
Utilizar tecnologías emergentes me generará más satisfacción.	3.91	.895
Utilizar tecnologías emergentes como turista mejorará mi experiencia turística.	4.35	.720
Encuentro útil el uso de tecnologías emergentes en los viajes turísticos.	4.23	.868

Nota. Informe del SPSS.

La Tabla 6 indica que las medias oscilan entre 3.91 y 4.47 indicando una percepción claramente positiva. El ítem con mayor media es "El uso de tecnologías emergentes en mi viaje mejorará mi experiencia" ($M = 4.47$), con baja dispersión ($DT = 0.735$), lo que indica un consenso fuerte en esta afirmación. El ítem con menor media es "Utilizar tecnologías emergentes me generará más satisfacción" ($M = 3.91$, $DT = 0.895$), aunque aún en un rango positivo. Los participantes reconocen claramente la utilidad práctica de las tecnologías emergentes en sus experiencias turísticas.

Tabla 7

Estadísticos descriptivos de la dimensión facilidad de uso percibida.

Facilidad de uso percibida	Media	Desv. típ.
Usar tecnologías emergentes no me supone mucho esfuerzo mental.	3.30	.989
Encuentro fácil que las tecnologías emergentes hagan lo que yo quiero que hagan.	3.42	1.139
Mi interacción con las tecnologías emergentes es clara y comprensible.	3.26	1.311
Encuentro las tecnologías emergentes fáciles de usar.	3.14	1.320

Nota. Informe del SPSS.

De acuerdo con la Tabla 7, esta dimensión presenta las medias más bajas, entre 3.14 y 3.42, con altas desviaciones estándar (hasta 1.32). El ítem "Encuentro las tecnologías emergentes fáciles de usar" obtiene la media más baja ($M = 3.14$, $DT = 1.320$), lo que sugiere dificultades o ambigüedad en el uso percibido. Las desviaciones estándar elevadas indican variabilidad en las respuestas, posiblemente por diferencias en experiencia previa con tecnología. Aunque no se percibe dificultad extrema, incertidumbre o poca confianza sobre la facilidad de uso de estas tecnologías, lo que señala una brecha que debe atenderse.

Tabla 8

Estadísticos descriptivos de la dimensión disfrute percibido.

Disfrute percibido	Media	Desv. típ.
El uso de tecnologías emergentes en mis viajes añade un aspecto lúdico en mi experiencia.	3.33	1.063
Me divierte realizar actividades con mis amigos a través del uso de tecnologías emergentes.	3.91	1.087
Disfruto al utilizar tecnologías emergentes en mis viajes.	3.74	1.093
El uso de tecnologías emergentes hace mis viajes más divertidos.	3.88	1.074

Nota. Informe del SPSS.

La Tabla 8 demuestra que las medias están en un rango moderadamente positivo ($M = 3.33$ a 3.91), y las desviaciones típicas también son algo elevadas ($DT > 1.0$). "Me divierte realizar actividades con mis amigos..." alcanza la media más alta ($M = 3.91$). "El uso de tecnologías emergentes añade un aspecto lúdico..." presenta la media más baja ($M = 3.33$). La dimensión lúdica está moderadamente presente, pero no es tan fuerte como la utilidad o la intención de uso. Hay espacio para diseñar experiencias tecnológicas más atractivas o emocionales.

Tabla 9

Estadísticos descriptivos de la dimensión intención de uso.

Intención de uso	Media	Desv. típ.
Asumiendo que tuviera acceso a tecnologías emergentes, tengo intención de utilizarlas en mi futura experiencia turística.	4,56	,854
Pienso utilizar tecnologías emergentes en mi próximo viaje.	4,49	,798

Nota. Informe del SPSS.

La Tabla 9 muestra resultados muy altos en la dimensión de intención de uso, con medias de 4.56 y 4.49, y desviaciones moderadamente bajas. Los participantes *manifiestan claramente su intención de usar tecnologías emergentes en sus futuros viajes. La disposición a adoptar estas tecnologías es clara y sólida, lo que valida su aplicación futura en contextos turísticos.

Tabla 10

Estadísticos descriptivos de la dimensión resistencia al cambio.

Resistencia al cambio	Media	Desv. típ.
Me gustaría que las tecnologías emergentes cambien la manera en que se desarrolla los viajes.	4.605	.8491
Quiero que las tecnologías emergentes cambien la interacción comunidad existente.	4.63	.817
Me gustaría que las tecnologías emergentes cambiaran la forma en que recibo el servicio.	4.79	.675

Nota. Informe del SPSS.

La Tabla 10 muestra las medias más altas de todas las dimensiones ($M = 4.605$ a 4.79) con baja dispersión ($DT < 0.85$). "Me gustaría que las tecnologías emergentes cambiaran la forma en que recibo el servicio" obtuvo la puntuación más alta ($M = 4.79$, $DT = 0.675$). A pesar del nombre de la dimensión, estos resultados indican apertura al cambio, no resistencia. Los encuestados están a favor de transformar los servicios turísticos mediante tecnología.

En síntesis, las dimensiones de utilidad percibida, intención de uso y resistencia al cambio reflejan altos niveles de aceptación y apertura hacia las tecnologías emergentes. En contraste, la dimensión de facilidad de uso evidencia mayor dispersión y menor puntuación media, lo que sugiere la necesidad de mejorar la accesibilidad o la capacitación en el uso de estas tecnologías. El componente recreativo (disfrute percibido) es positivo, pero todavía puede potenciarse para enriquecer la experiencia turística.

4. Discusión

Los resultados del estudio revelan una alta disposición hacia la adopción de tecnologías emergentes en turismo, especialmente aquellas relacionadas con la realidad virtual. La intención de uso se posicionó como la dimensión con las puntuaciones más altas, superando incluso el 90% de respuestas positivas, lo que indica un fuerte interés por incorporar estas tecnologías en futuras experiencias turísticas. Esta actitud favorable se complementa con una resistencia al cambio sorprendentemente baja, incluso en poblaciones potencialmente menos familiarizadas con la tecnología, lo que sugiere una apertura generalizada hacia la innovación digital en el sector. Estas observaciones coinciden con los trabajos de Chen & Tsai (2019), Prados-Castillo et al. (2024) y DeLange et al. (2025), quienes señalan que la utilidad percibida y la familiaridad tecnológica son factores clave para la aceptación de innovaciones turísticas. Asimismo, en los hallazgos de Zhang & Xiong (2024) se evidencia que el enfoque de presentar un turismo de realidad virtual sea eficaz para mejorar el acceso e inclusión turística, permitiendo la afluencia de turistas con discapacidades físicas o de edad. Por ello, las entidades relacionadas al turismo deberían fomentar estas experiencias para estos grupos específicos que todavía no se les atiende correctamente.

En cuanto a la utilidad percibida, los encuestados manifestaron una valoración claramente positiva, con más del 77% reconociendo que estas tecnologías mejoran su experiencia. Esta dimensión mostró medias elevadas y consistencia en las respuestas, confirmando que los usuarios comprenden el valor funcional de las herramientas tecnológicas en contextos turísticos. Estos hallazgos refuerzan el modelo de aceptación tecnológica (TAM), especialmente en su énfasis sobre la relación directa entre utilidad y disposición al uso, como lo destacan Chen & Tsai (2019) y Yan et al. (2024). Además, en el estudio de Perangin-Angin et al. (2025) menciona que a comparación del turismo tradicional, el turismo con RV ofrece experiencia de viaje placenteras e innovadoras, por lo que los participantes reconocieron la ventaja que brinda la RV al proporcionar las mismas experiencias que el turismo tradicional, dado que interactúan con objetos en movimiento y mejora la accesibilidad turística para personas en sillas de ruedas que no pueden o le es difícil realizar actividades turísticas dadas sus condiciones. Por otro lado, para Hoang et al. (2023) la utilidad percibida es un aspecto crucial para desarrollar viajes sostenibles a través de la telepresencia. Por lo que, es necesario que las organizaciones turísticas implementen experiencias agradables y útiles (Hoang et al., 2023).

No obstante, la facilidad de uso percibida fue identificada como el principal punto débil. Con medias más bajas (entre 3.14 y 3.42) y una alta dispersión en las respuestas, esta dimensión reflejó incertidumbre y

posibles barreras de comprensión o usabilidad, particularmente en segmentos con menor competencia digital o mayor edad. Del mismo modo, Chan et al. (2025) en su investigación obtuvo que los participantes no percibieron la RV fácil de utilizar, puesto que existen deficiencias para explorar el espacio virtual, como también limitaciones para usar la RV. Esta percepción es consistente con las investigaciones de Zhang & Xiong (2024) y Chen & Tsai (2019), quienes argumentan que, en el turismo de realidad virtual, la facilidad de uso puede superar incluso la utilidad como predictor de adopción. Asimismo, autores como Li et al. (2025) y Murciano Hueso et al. (2022) subrayan la necesidad de diseño centrado en el usuario, especialmente para públicos vulnerables.

Respecto al disfrute percibido, los resultados fueron moderadamente positivos, con medias entre 3.33 y 3.91 y más del 50% de respuestas favorables. Aunque la dimensión lúdica no se consolidó con tanta fuerza como la utilidad o la intención de uso, sí sugiere un potencial apreciable, especialmente si se optimiza la experiencia emocional e inmersiva. En comparativa con (Lin et al., 2024), se sugiere que aumentar la calidad del "flujo" o inmersión podría reforzar la satisfacción e identificación con el entorno virtual, especialmente en contextos turísticos culturales o rurales. Otra opción relevante que se puede destacar en la investigación de Perangin-Angin et al. (2025) es que la RV sea una propuesta de inclusión, la cual genere experiencias satisfactorias tomando en cuenta la interacción entre ambas direcciones: el guía turístico que brinde información y el turista pueda realizar preguntas, tal cual como una experiencia real. Además, que esta experiencia es inmersiva, interactiva y realista, pudiendo disfrutar del turismo virtual similar al turismo tradicional, teniendo la percepción de que los viajes físicos se pueden sustituir por los viajes virtuales, tal como lo mencionan los entrevistados en este estudio.

En síntesis, el estudio muestra una comunidad usuaria con actitud muy favorable y abierta hacia la implementación de tecnología emergente, la cual reconoce claramente los beneficios que brinda, principalmente el acceso virtual a sitios turísticos que dadas las condiciones que presentan las personas con discapacidad pueden obtener una mejor experiencia, conocer y disfrutar el lugar, considerando que aún enfrenta desafíos relacionados con la usabilidad. Esto implica la importancia de desarrollar tecnología más inclusiva y adecuada para todo tipo de usuarios y desarrollar estrategias de capacitación. Esto subraya la importancia de desarrollar interfaces intuitivas y estrategias de capacitación adaptadas a distintos niveles de competencia tecnológica, con el fin de maximizar tanto la adopción como la experiencia positiva del usuario.

5. Conclusiones

Los resultados revelan una percepción positiva y abierta hacia las tecnologías emergentes en el turismo, especialmente en términos de utilidad, disfrute e intención de uso. Aunque existen dudas respecto a la facilidad de uso, la resistencia al cambio es mínima, lo que sugiere un entorno favorable para su implementación, siempre que se priorice el diseño accesible y se acompañe de estrategias de capacitación tecnológica.

A partir de los datos obtenidos, se identifican diversas implicaciones prácticas clave que pueden orientar tanto el desarrollo tecnológico como la formulación de políticas públicas en el ámbito del turismo digital. Se destaca la necesidad de un diseño centrado en el usuario con énfasis en la usabilidad. Dado que la facilidad de uso fue la dimensión más débil, es fundamental que las tecnologías emergentes, particularmente la realidad virtual aplicada al turismo, prioricen plataformas simples, claras y accesibles. Esto implica no solo un diseño intuitivo, sino también la incorporación de recursos de apoyo como manuales visuales, tutoriales interactivos y soporte técnico adaptado a las características del usuario final, es decir un enfoque centrado en el usuario que simplifique la interacción, especialmente en poblaciones con menor alfabetización digital, como adultos mayores o personas con discapacidad.

Adicional a ello, es crucial potenciar el componente emocional y recreativo de las experiencias tecnológicas mediante contenidos inmersivos e interactivos, puede elevar los niveles de satisfacción, sino que también consolidaría el valor de las tecnologías como herramientas culturales y de entretenimiento. En términos de inclusión, la combinación de alta intención de uso y baja resistencia al cambio revela oportunidades para implementar tecnologías turísticas incluso en comunidades tradicionalmente excluidas,

como podría ser el caso de regiones como Piura, promoviendo así un turismo más equitativo y digitalmente accesible.

Desde una perspectiva teórica, los hallazgos refuerzan la validez del Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM), al confirmar la fuerte influencia de la utilidad percibida sobre la intención de uso. Este hallazgo respalda la premisa de que los usuarios están dispuestos a adoptar nuevas tecnologías siempre que perciban beneficios funcionales claros, independientemente de sus niveles previos de experiencia tecnológica. No obstante, la variabilidad en la percepción de usabilidad invita a considerar factores contextuales como la edad o el nivel de experiencia tecnológica, alineándose con enfoques ampliados como TAM2 y UTAUT. La alta dispersión observada en esta dimensión indica que la facilidad de uso no debe asumirse como un aspecto general, sino como un constructo dinámico y sensible al perfil del usuario.

Finalmente, la baja resistencia al cambio observada incluso en grupos posiblemente vulnerables ofrece evidencia para revisar supuestos generalizados sobre la aversión tecnológica en adultos mayores o comunidades con menor acceso digital. Esto sugiere que las actitudes hacia la innovación pueden estar más influenciadas por la facilidad de uso y la forma de presentación de la tecnología que por variables sociodemográficas per se. Así, se abre una línea de investigación que cuestiona visiones deterministas y propone una lectura más flexible y situacional del cambio tecnológico en el turismo.

Limitaciones

A pesar de los hallazgos significativos obtenidos, este estudio presenta una serie de limitaciones que deben ser reconocidas al interpretar sus resultados. En primer lugar, la muestra fue de carácter reducido y focalizada en zonas específicas del circuito turístico de playas en la región Piura. Si bien se logró captar una diversidad de edades y niveles socioeconómicos, los resultados no pueden generalizarse a toda la población nacional o a otros contextos turísticos con características diferentes. Estudios futuros podrían ampliar la cobertura territorial y aumentar el número de participantes para fortalecer la validez externa. En segundo lugar, dado que los datos se recopilaban mediante cuestionarios autoadministrados, existe la posibilidad de sesgos asociados al autorreporte, como la deseabilidad social o la falta de comprensión total de los ítems por parte de algunos encuestados. Esto podría haber afectado la precisión de las respuestas, en particular en la dimensión de facilidad de uso. Se recomienda pasar de la medición de percepciones a la observación de experiencias de uso reales. Implementar pilotos con tecnologías de realidad virtual o simuladores turísticos permitiría evaluar la aceptación en condiciones más cercanas a la realidad, así como medir variables como la satisfacción, la experiencia de flujo o el aprendizaje.

Finalmente, dado que las tecnologías emergentes como la realidad virtual están en desarrollo y mejora constante, las percepciones actuales pueden cambiar rápidamente a medida que la tecnología se vuelve más accesible, intuitiva y extendida. Por lo tanto, los resultados deben interpretarse como una fotografía contextual específica y no como una tendencia definitiva o universal.

6. Conflictos de interés

Los autores declaran que la investigación se ha llevado a cabo en ausencia de relaciones comerciales o financieras que pudieran interpretarse como un posible conflicto de intereses.

7. Contribución de los autores

Autor (es)	CMAP	ACHE	IVMN	CSN	EJHR	MMMT	EEPA	JMVC	ABOC
Contribución									
Conceptualización	X	X					X		
Curación de datos						X			X
Análisis formal				X					
Adquisición de fondos								X	
Investigación		X	X		X				
Metodología	X								

Administración del proyecto	X							X	
Recurso				X	X		X		
Software						X			X
Supervisión		X							
Validación			X	X					
Visualización					X				
Redacción: Borrador original		X	X			X			
Redacción: revisión y edición	X								X

8. Financiamiento

Financiado por la Universidad Nacional de Frontera en el marco del Convenio N°004-2025 y aprobado mediante Resolución de Comisión Organizadora N°707-2024-UNF/CO, con Resolución de Comisión Organizadora 715-2024-UNF/CO, que aprueba los Planes Operativos de los Proyectos Ganadores de la primera convocatoria de Concurso para el Financiamiento de Proyectos de Grupos de Investigación de la Universidad Nacional de Frontera.

9. Agradecimientos

Agradecimiento a la Universidad Nacional de Frontera por financiar el proyecto de investigación con fondos concursables denominado "Uso de lentes de realidad virtual para potenciar la accesibilidad turística en el circuito de playas de Piura, 2024", asimismo, agradecer al equipo de investigación por su ardua dedicación y a las OMAPED de las municipalidades por su predisposición para con la participación de los usuarios en vuestro proyecto.

10. Referencias

- Acosta-Enriquez, B. G., Ramos Farroñan, E. V., Villena Zapata, L. I., Mogollon Garcia, F. S., Rabanal-León, H. C., Angaspilco, J. E. M., & Bocanegra, J. C. S. (2024). Acceptance of artificial intelligence in university contexts: A conceptual analysis based on UTAUT2 theory. *Heliyon*, 10(19), e38315. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e38315>
- Agag, G., & El-Masry, A. A. (2016). Understanding consumer intention to participate in online travel community and effects on consumer intention to purchase travel online and WOM: An integration of innovation diffusion theory and TAM with trust. *Computers in Human Behavior*, 60, 97-111. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.038>
- Akyürek, S., Genç, G., Çalık, İ., & Şengel, Ü. (2024). Metaverse in tourism education: A mixed method on vision, challenges and extended technology acceptance model. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 35, 100503. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2024.100503>
- Beltrán Murcia, A. T., Buitrago Betancourt, J. D., & Moreno Mejía, G. S. (2021). Evaluación de la accesibilidad turística en espacios culturales: Museos de Bogotá-Colombia. *FACE: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 21(1), Article 1. <https://doi.org/10.24054/face.v21i1.1027>
- Bravo Acosta, O. M. (2024). Destinos turísticos inteligentes, más que tecnología: Situación en América Latina. *ECA Sinergia*, 15(2), 55-65. <https://doi.org/10.33936/ecasinergia.v15i2.6071>
- Carrizo, N. (2021). ¿Cómo pueden aportar las tecnologías inmersivas a la educación ambiental? *Electronic Journal of SADIO*, 20, n.o 2. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/135623>

- Cerdá-Mansilla, E., Tussyadiah, I., Campo, S., & Rubio, N. (2024). Smart destinations: A holistic view from researchers and managers to tourists and locals. *Tourism Management Perspectives*, 51, 101223. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2024.101223>
- Chan, C.-S., WONG, S. Y., AGAPITO, D., & TAM, V. (2025). The effect of pre-trip virtual reality and on-site smart device use on accessible tourism experiences. *Sustainable Futures*, 10, 100811. <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2025.100811>
- Chanda, R. C., Vafaei-Zadeh, A., Hanifah, H., Ashrafi, D. M., & Ahmed, T. (2024). Achieving a sustainable future by analyzing electric vehicle adoption in developing nations through an extended technology acceptance model. *Sustainable Futures*, 8, 100386. <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2024.100386>
- Chang, M., Walimuni, A. C. S. M., Kim, M., & Lim, H. (2022). Acceptance of tourism blockchain based on UTAUT and connectivism theory. *Technology in Society*, 71, 102027. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.102027>
- Chen, C.-C., & Tsai, J.-L. (2019). Determinants of behavioral intention to use the Personalized Location-based Mobile Tourism Application: An empirical study by integrating TAM with ISSM. *Future Generation Computer Systems*, 96, 628-638. <https://doi.org/10.1016/j.future.2017.02.028>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- DeLange Martínez, P., Tancredi, D., Pavel, M., García, L., & Young, H. M. (2025). Adapting the Technology Acceptance Model to Examine the Use of Information Communication Technologies and Loneliness Among Low-Income, Older Asian Americans: Cross-Sectional Survey Analysis. *JMIR Aging*, 8. <https://doi.org/10.2196/63856>
- Godovykh, M., Baker, C., & Fyall, A. (2022). VR in Tourism: A New Call for Virtual Tourism Experience amid and after the COVID-19 Pandemic. *Tourism and Hospitality*, 3(1), 265-275. <https://doi.org/10.3390/tourhosp3010018>
- Gursoy, D., Malodia, Suresh, & and Dhir, A. (2022). The metaverse in the hospitality and tourism industry: An overview of current trends and future research directions. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 31(5), 527-534. <https://doi.org/10.1080/19368623.2022.2072504>
- Han, B., Yu, J., & Bi, M. (2025). A rural tourism promotion mechanism based on virtual reality technology for real-time interactive experience. *Systems and Soft Computing*, 7. <https://doi.org/10.1016/j.sasc.2025.200299>
- Herrera, Y., & Mera, A. (2023). Nuevas tecnologías aplicadas en la gestión e innovación del sector turístico. *STRATEGOS - Revista Internacional de Estudios en Ciencias Administrativas*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.53591/strategos.v3i2.1852>
- Hoang, S. D., Dey, S. K., Tučková, Z., & Pham, T. P. (2023). Harnessing the power of virtual reality: Enhancing telepresence and inspiring sustainable travel intentions in the tourism industry. *Technology in Society*, 75. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102378>
- Huang, Y. C., Backman, S. J., Backman, K. F., & Moore, D. W. (2013). Exploring user acceptance of 3D virtual worlds in travel and tourism marketing. *Tourism Management*, 36, 490-501. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.009>
- Huang, Y.-C., Li, L.-N., Lee, H.-Y., Browning, M. H. E. M., & Yu, C.-P. (2023). Surfing in virtual reality: An application of extended technology acceptance model with flow theory. *Computers in Human Behavior Reports*, 9, 100252. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100252>
- Jacome, O. (2021). Las Tecnologías Emergentes en la Sociedad del Aprendizaje. *Revista Científica Hallazgos*, 6(1), 101-110.

- Lakshmanan, K. S., Shanmugavel, N., Sakthivelu, M., & Senthil, M. (2024). Investigating the behavioural intention towards electric vehicle: A dual factor approach using Sweeney and Soutar's PERVAL scale and technology acceptance model. *Journal of Cleaner Production*, 484, 144345. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.144345>
- Leal, N. C., & Silva, F. M. (2024). Accessible Tourism and Marketing. En Reference Module in Social Sciences. Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-443-13701-3.00229-2>
- Li, Y., Jiang, C., Abdul-Rashid, S. H., Ghazilla, R. A. R., & Jin, J. (2025). A structural equation modeling approach to investigating the influence of smart kitchen appliance design features on older adults' technology acceptance. *Archives of Gerontology and Geriatrics*, 131, 105781. <https://doi.org/10.1016/j.archger.2025.105781>
- Lin, L. P. (Lynn), Huang, S. C. (Lucy), & Ho, Y. C. (2020). Could virtual reality effectively market slow travel in a heritage destination? *Tourism Management*, 78. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104027>
- Lin, X., Wang, Y., Zhan, Z., Wang, Q., Xiang, D., & Li, H. (2024). Effects of VR technical interaction and acceptance on rural cultural identity: The mediating role of embodied cognition and flow experience. *Telematics and Informatics Reports*, 16, 100170. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2024.100170>
- López-Huertas, T. E., Jacho-Chaux, L. I., Rodríguez-Ugalde, J. C., & Pilco-Huertas, M. S. (2025). Innovación Tecnológica en la Promoción Turística de Tungurahua mediante Códigos QR y Realidad Aumentada. *Revista SIGMA*, 12(1), 14-24. <https://doi.org/10.24133/nmm48498>
- Lorenzo Romero, C., Alarcón de Amo, M. del C., & Gómez Borja, M. Á. (2011). Adopción de redes sociales virtuales: Ampliación del modelo de aceptación tecnológica integrando confianza y riesgo percibido. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14(3), 194-205. <https://doi.org/10.1016/j.cede.2010.12.003>
- Mbeya-Munkhondya, T. E., Meek, C. J., Mphande, M., Tembo, T. A., Chitani, M. J., Jean-Baptiste, M., Kumbuyo, C., Vansia, D., Simon, K. R., Rutsein, S. E., Mwapasa, V., Go, V., Kim, M. H., & Rosenberg, N. E. (2025). Anticipated Acceptability of Blended Learning Among Lay Health Care Workers in Malawi: Qualitative Analysis Guided by the Technology Acceptance Model. *JMIR Formative Research*, 9. <https://doi.org/10.2196/62741>
- Medina Esparza, L. T., & Zepeda Arce, A. (2024). Acercamiento a un diagnóstico de accesibilidad e inclusión de la Zona Turística de Puerto Vallarta, Jalisco, México. *Humanidades em Revista*, 6(2), Article 2.
- Mejía Mejía, G. P., López Cabrera, M. V., Hernandez-Rangel, E., & Cerano Fuentes, J. L. (2019). Diseño de un modelo de evaluación mediante la integración de tecnología inmersiva y a distancia. *Educación Médica*, 20(3), 140-145. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2018.02.009>
- Murciano Hueso, A., Martín García, A. V., & Torrijos Fincias, P. (2022). Revisión sistemática de aceptación de la tecnología digital en personas mayores. Perspectiva de los modelos TAM. *Revista Española de Geriatria y Gerontología*, 57(2), 105-117. <https://doi.org/10.1016/j.regg.2022.01.004>
- Nigg, J. J., & Peters, M. (2022). The evolution of ICTs in accessible tourism: A stakeholder collaboration analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 52, 287-294. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.07.007>
- Palos-Sanchez, P., Reyes-Menendez, A., Saura, J. R., Palos-Sanchez, P., Reyes-Menendez, A., & Saura, J. R. (2019). Models of Adoption of Information Technology and Cloud Computing in Organizations. *Información tecnológica*, 30(3), 3-12. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000300003>
- Parra-Sanchez, D. T., & Viviescas-Jaimes, P. A. (2024). Application of digital technologies in nature-based tourism: A scientometric analysis. In *Journal of Digital Economy* (Vol. 3, pp. 249–259). KeAi Publishing Communications Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.jdec.2025.05.003>

- Perangin-Angin, R., Tavakoli, R., Kusumo, C., & Mura, P. (2025). Inclusivity of virtual tourism destinations: An immersive netnographic study of Indonesian wheelchair users in virtual nature-based destinations. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 6(1). <https://doi.org/10.1016/j.annale.2025.100168>
- Prados-Castillo, J. F., Solano-Sánchez, M. Á., Martín Martín, J. M., & Liebana-Cabanillas, F. (2024). An analysis of the consumer profile and the willingness to pay in immersive virtual tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 33, 100929. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100929>
- Prasetyo, Y. T., Susanto, K. C., Chuang, K.-H., Yin, R.-T., Chen, J.-W., Zhang, Y.-X., Benito, O. P., Belmonte, Z. J. A., Cahigas, M. M. L., Nadlifatin, R., & Gumasing, Ma. J. J. (2025). Factors influencing the perceived usability of line pay: An extended technology acceptance model approach. *Acta Psychologica*, 255, 104924. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.104924>
- Rahimzhan, S., Ozturen, A., & Ilkan, M. (2020). Emerging realm of 360-degree technology to promote tourism destination. *Technology in Society*, 63. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101411>
- Ramallal, P. M. (2024). Realidad virtual, metaversos y publicidad inmersiva. *Taxonomía para un mutualismo transmedia. Visual Review. International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura Visual*, 16(5), Article 5. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5319>
- Ramos-Rivadeneira, D. X., & Jiménez-Toledo, J. A. (2024). La innovación desde las tecnologías emergentes para la competitividad empresarial. *Gestión y Desarrollo Libre*, 9(17), Article 17. <https://doi.org/10.18041/2539-3669/gestionlibre.17.2024.11052>
- Rodríguez Guillén, D., Clemente Soler, J. A., & Solano Lucas, J. C. (2025). Building accessible destinations. Tourism, transport and disability in Europe. In *Social Sciences and Humanities Open* (Vol. 11). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101557>
- Saif, N., Khan, S. U., Shaheen, I., Alotaibi, F. A., Alnfai, M. M., & Arif, M. (2024). Chat-GPT; validating Technology Acceptance Model (TAM) in education sector via ubiquitous learning mechanism. *Computers in Human Behavior*, 154, 108097. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.108097>
- Sohn, K., & Kwon, O. (2020). Technology acceptance theories and factors influencing artificial Intelligence-based intelligent products. *Telematics and Informatics*, 47, 101324. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101324>
- Vega Cisneros, D., & Cisneros Arias, Y. (2023). Procedimiento para mejorar la accesibilidad turística en hoteles: Diseño y validación mediante Método Delphi. *Desarrollo sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación*, 5(48), Article 48. <https://doi.org/10.51896/rilcods.v5i48.315>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Wang, L., Feng, X., & Zang, L. (2024). Does risk perception influence individual investors' crowdfunding investment decision-making behavior in the metaverse tourism? *Finance Research Letters*, 62, 105168. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2024.105168>
- Wei, W., Prasetyo, Y. T., Belmonte, Z. J. A., Cahigas, M. M. L., Nadlifatin, R., & Gumasing, Ma. J. J. (2025). Applying the technology acceptance model – Theory of planned behavior (TAM-TPB) model to study the acceptance of building information modeling (BIM) in green building in China. *Acta Psychologica*, 254, 104790. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.104790>
- Wu, Q., Li, S., Xin, S., Hou, Q., & Li, P. (2025). A study on students' behavioural intention and use behaviour of artificial intelligence-generated content in physical education: Employing an extended the unified theory of acceptance and use of technology model. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 36, 100547. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2025.100547>
- Xia, M., Zhang, Y., & Zhang, C. (2018). A TAM-based approach to explore the effect of online experience on destination image: A smartphone user's perspective. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 259-270. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.05.002>

- Yan, S., Yu, X., Zhang, Z., & Gan, L. (2024). Understanding the acceptance of online tourism programs: Perspectives of generic learning outcomes and theory of planned behavior. *Heliyon*, 10(15), e35500. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e35500>
- Zhang, T., & Xiong, S. (2024). Exploring the influence of expectancy, valence, and instrumentality on VR tourism intention: A framework based on TAM and expectancy theory. *Acta Psychologica*, 250, 104541. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104541>
- Zúñiga, P. I. V., Cedeño, R. J. C., & Palacios, I. A. M. (2023). Metodología de la investigación científica: Guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), Article 4. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658