



## El uso de las TIC como estrategia para promocionar el turismo hotelero de cinco estrellas

### The use of ICT as a strategy to promote five start hotel tourism

#### **Liberato Cervantes Martínez**

Facultad de Ciencias Económico Administrativas de Mazatlán, Universidad Autónoma de Sinaloa, Mazatlán, Sinaloa, México  
liberatocervantes@uas.edu.mx

#### **Mirna Sulema Oleta Luna**

Facultad de Ciencias Económico Administrativas de Mazatlán, Universidad Autónoma de Sinaloa, Mazatlán, Sinaloa, México  
mirna.oleta@uas.edu.mx

#### **Gladys Lizárraga Pereda**

Facultad de Ciencias Económico Administrativas de Mazatlán, Universidad Autónoma de Sinaloa, Mazatlán, Sinaloa, México  
gladys.pereda@uas.edu.mx

#### **Erica Mariela Sánchez Suastegui**

Facultad de Ciencias Económico Administrativas de Mazatlán, Universidad Autónoma de Sinaloa, Mazatlán, Sinaloa, México  
ericasuastegui@uas.edu.mx

doi: <https://doi.org/10.36825/RITI.11.23.002>

Recibido: Octubre 13, 2022  
Aceptado: Diciembre 31, 2022

**Resumen:** En México, Mazatlán es una de las ciudades más importantes de Sinaloa y el principal destino turístico del Estado, mismo que se promociona como destino de sol y playa, pero no lo suficiente para atraer turismo hotelero de cinco estrellas ya que es una de las opciones que exigen más y mejores servicios. El objetivo de esta investigación es analizar el uso de las TIC en la promoción del turismo hotelero de cinco estrellas. Se realizó un muestreo entre los meses de febrero y marzo del 2022, donde se analizaron 4 páginas web institucionales de gobierno, 3 plataformas de turismo y 2 páginas de redes sociales. Los resultados obtenidos señalan que se carece de claridad en la información que se maneja en las páginas del sector gubernamental, con relación a información del turismo de manera general sobre sitios de interés y en promoción del turismo hotelero de cinco estrellas, también puede hacerse notar la falta de vinculación con el sector empresarial, se hace importante establecer políticas claras y precisas que ayuden a fortalecer el vínculo con el sector turístico. Finalmente, la correcta utilización de las TIC, como estrategia constituye un valioso aporte en el posicionamiento del turismo hotelero de cinco estrellas.

**Palabras clave:** *Turismo, TIC, Promoción Turística, Sector Hotelero Cinco Estrellas, Destino Turístico.*

**Abstract:** In Mexico, Mazatlán is one of the most important cities in Sinaloa and the main tourist destination in the state, which is promoted as a sun and beach destination, but not enough to attract five-star hotel tourism since it is one of the options that demand more and better services. The objective of this research is to analyze the use of ICT in the promotion of five-star hotel tourism. A sampling was carried out between the months of February and March 2022, where 4 government institutional web pages, 3 tourism platforms and 2 social network pages were analyzed. The results obtained indicate that there is a lack of clarity in the information that is handled in the pages of the government sector, in relation to information on tourism in general about places of interest and promotion of five-star hotel tourism, the lack of links with the business sector can also be noted, it is important to establish clear and precise policies that help strengthen the relationship with the tourism sector. Finally, the correct use of ICT, as a strategy constitutes a valuable contribution in the positioning of five-star hotel tourism.

**Keywords:** *Tourism, ICT, Tourist Promotional Actions, Hotel Sector Five-Star, Touristic Destinations.*

## 1. Introducción

El turismo hotelero en México es uno de los pilares principales de la actividad turística en este país, destacando el turismo hotelero de cinco estrellas por el número de habitaciones que se conforma y por la oferta de este servicio. La creciente importancia de la competencia internacional está convirtiendo a la industria turística en una industria global, acelerando el proceso de formación de organizaciones multinacionales de servicios turísticos [1].

Estos mercados turísticos tan competitivos exigen cada vez más y mejores servicios, Mazatlán, Sinaloa, promociona el destino turístico de sol y playa, contando con la opción de algunos establecimientos de turismo de cinco estrellas en materia nacional e internacional, en una región donde la derrama por turismo es tan importante por las fuentes de trabajo y divisas que deja. Por ello es necesario realizar promocionales a través de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), considerando políticas de acción comunicativa que permitan el posicionamiento del destino en el mercado.

El uso y la innovación mediante TIC, se ha convertido en un factor para la competitiva en la industria turística, misma que resulta favorecida con la inclusión de los distintos medios digitales para promocionar los atractivos turísticos del destino [2]. Por lo tanto, las TIC, han modificado la manera de ofrecer los servicios turísticos y se aplica con excelentes resultados ya que constituye una estrategia fundamental en el posicionamiento del turismo hotelero de cinco estrellas. De tal manera que la correcta utilización de las tecnologías configura un nuevo escenario de acción y de comunicación en el marco de la economía digital y la sociedad de la información.

Usar dichas tecnologías en este tipo de destinos está relacionado con el término “destino turístico inteligente” (DTI). Estos deben ser: innovadores, en referencia a los productos y servicios que ofrece, deberá ser sustentable, aplicando al mismo tiempo la tecnología, el acceso en toda la cadena de valor de la experiencia turística para ser más eficiente, competitiva y dinámica [3].

De lo anterior se deduce que el uso de las TIC, es inevitable para la promoción y comunicación del sector turístico, ya que la globalización exige utilizar estos medios digitales para tener un mayor alcance e impacto de penetración del destino turístico. Esta investigación propone incorporar elementos de análisis, desde un enfoque descriptivo en el uso de las TIC en la promoción del turismo hotelero de cinco estrellas.

En el apartado 2 de este trabajo se describe el Turismo Hotelero de Cinco Estrellas y el uso de las TIC, y en la subsección 2.1 se explica la Promoción del Turismo en Mazatlán, Sinaloa. La metodología se encuentra en el apartado 3, donde se señala el tipo de investigación adoptado, diseño de la investigación, métodos y técnicas de recopilación de datos. En el apartado 4, se presentan los resultados de la investigación. Finalmente, se explican las conclusiones derivadas del análisis del trabajo desarrollado y las referencias consultadas.

## 2. El turismo hotelero de cinco estrellas y el uso de las TIC

Mazatlán, es una de las ciudades más importantes de Sinaloa y el principal destino turístico del Estado. A pesar de ello, enfrenta serios problemas que amenazan el futuro de esta actividad en el puerto. Uno de sus principales problemas como destino turístico es la estacionalidad de la industria. A pesar del desarrollo de nuevos mega proyectos como agentes económicos detonantes, así como el desarrollo de avenidas, mejora en el suministro de

agua, luz, drenaje; y remodelaciones de los puntos de interés de la ciudad; el turismo cinco estrellas, depende de diversos factores, como lo son: infraestructura óptima para el destino, inversión y uso correcto de las TIC en la promoción del turismo.

En muchas ocasiones, las TIC, son el primer contacto que tiene el turismo de cinco estrellas, mediante el uso de estos medios se responderá algunas dudas sobre el destino, las ventajas competitivas con las que cuenta, imágenes del lugar y promociones del sector turístico de esta categoría.

El uso de las TIC es necesario para que los destinos se consoliden y sean más competitivos, generando un flujo de información que permita condiciones de comunicación más asertivas y eficientes, entre los diferentes agentes involucrados dentro del turismo [4].

De tal manera que se requiere trabajar en el diseño y mejora de contenido de las TIC, utilizadas para promocionar el turismo considerando que en ocasiones no tienen el impacto esperado en los usuarios debido a que la información no es precisa y esta desactualizada.

Las transformaciones que la actividad turística ha sufrido con el paso del tiempo debido al desarrollo de los cambios tecnológicos y su uso; han generado un puente tecnológico entre los usuarios y la actividad, en este sentido se entiende que la tecnología es un elemento clave en esta práctica y su uso adecuado posibilita su desarrollo en este sector [5].

Por lo que es posible considerar a las TIC como una nueva forma de hacer contacto con el mercado potencial del sector turístico, de ahí que las empresas turísticas deben aprovechar las bondades de estas herramientas para conocer más a los usuarios y reducir costos del servicio de atención al cliente.

En la actualidad el turista digital es uno de los mercados más comunes dentro de los diferentes destinos del sector, acostumbrados a usar plataformas digitales y aplicaciones en línea para reservar servicios de hospedaje. Por lo que, este segmento de viajeros digitales es cada vez más frecuente y común según la experiencia y prácticas del sector [6].

Deduciendo así que el mercado del turismo describe nuevas concepciones y desafíos en el momento actual y en el futuro inducidos por las transformaciones que la actividad sufrió a lo largo del tiempo y que con la intención de mejorar debe involucrar a los consumidores en el diseño de nuevos productos y servicios.

Las TIC y su veloz crecimiento han modificado a la sociedad en todos los sentidos. En el sector turístico, como en cualquier sector es fundamental la información, el acercamiento entre el turista y las organizaciones oferentes han trazado una evolución sin precedentes. TIC y Turismo forman en la actualidad un binomio casi perfecto debido, principalmente a la gran cantidad de información que se procesa en la industria turística [7].

Algunas de las TIC utilizadas en el sector turístico pueden mencionarse las siguientes: páginas web, plataformas de turismo y redes sociales, ya que permiten una forma de comunicación externa que los vincula con su mercado, por lo que es necesario profundizar en el uso de estas herramientas que sirven como estrategia para promocionar el turismo, y permiten establecer los lazos necesarios para conectar y comprometer las relaciones necesarias en este sector.

### *2.1. La promoción del turismo en Mazatlan, Sinaloa*

En la actualidad, el sector turístico ha evolucionado con un gran incremento en su demanda, debido al desarrollo económico y al auge que tienen las plataformas donde se involucran las TIC, que permiten la promoción y divulgación del destino y que potencian su crecimiento.

El turismo requiere considerar algunas de las más importantes tendencias, como es:

- El uso de internet para reservaciones e información turística.
- Medios diferentes de pago al dinero en efectivo para servicios turísticos.
- Uso de redes sociales.
- Búsqueda de destinos que preserven el medio ambiente.
- Búsqueda de experiencias de gastronomía y costumbres.
- Mayor cantidad de viajes, pero con menor duración.
- Grupos de viaje con necesidades específicas (adultos mayores, capacidades diferentes, adultos sin niños, jóvenes, negocios, convenciones, eventos deportivos, religiosos, musicales, etc.) [8].

Los servicios como plataformas donde se involucran las TIC, manejan información para el turista y los usuarios, mismas que sirven de promoción de puntos y sitios de interés del lugar que se visita, aunado al hecho que la

promoción de los diversos involucrados va orientada a promover la afluencia del turismo y dar información pertinente para una visita con mayor certidumbre.

La promoción se entiende como las actividades que comunican los atributos del producto y persuaden a los consumidores a su adquisición [9]. La promoción del turismo mediante el uso de tecnologías de información y comunicación es entonces, un acercamiento previo a la información, datos, fotografías, puntos de interés, servicios y otros, que brindaran al usuario una mejor experiencia donde hoy en día el tener a la mano información previa es algo primordial, para decidir y disfrutar del destino turístico.

### 3. Metodología

En este estudio se utilizó el enfoque de investigación cualitativa, su alcance es descriptivo, porque está dirigido a proponer e incorporar elementos de análisis del uso de las TIC en la promoción del turismo hotelero de cinco estrellas. El estudio es transversal porque se realizó un análisis para la recopilación de datos en los meses de febrero y marzo del 2022. En este proceso de recopilación de datos se trabajó con preguntas cerradas, es decir contiene opciones delimitadas a dos posibilidades de respuesta sí o no, llamadas dicotómicas [10]. Se analizaron 4 páginas web institucionales de gobierno del sector turístico, 3 plataformas de turismo y 2 páginas de redes sociales de dos hoteles de un total de 25, con respecto a la base de datos de la secretaria de Turismo en Sinaloa, (DATATUR) [11]. A continuación, se describen:

- a) Páginas web institucionales de gobierno:
  - Página web de Secretaría de Turismo, México [12].
  - Página web de Secretaría de turismo, México: *visitmexico* [13].
  - Página web Secretaría de Turismo de Sinaloa [14].
  - Página web Ayuntamiento de Mazatlán [15].

Las páginas web institucionales de gobierno consultadas, cumplen con la característica de proporcionar información del turismo en Mazatlán, Sinaloa, México, y además de contener un *blog* o un espacio donde el turista cuenta sus experiencias que tuvieron al visitar este destino, como una manera de intercambiar información.

- b) Plataformas de turismo:
  - Despegar.com [16].
  - Tripadvisor.com [17].
  - Zona turistica.com [18].

Para analizar las plataformas de turismo anteriores, se seleccionó a los primeros en criterios de búsqueda y con más visitas.

- c) Redes sociales (*Facebook*):
  - Hotel Pueblo Bonito [19].
  - Hotel RIU Emerald Bay [20].

En cuanto a TIC de comunicación informal se revisaron redes sociales como es *Facebook*, con relación a hoteles de cinco estrellas.

### 4. Resultados

En esta investigación se analizaron diversas fuentes de información relacionadas con el uso de TIC en la promoción del turismo hotelero de cinco estrellas. Los hallazgos encontrados se describen en tablas comparativas, donde se muestran los criterios con relación a la comunicación con el mercado (*blogs*), información general del turismo, vinculación con el sector gubernamental y empresarial, además se señala sí o no promocionan hoteles de cinco estrellas a través de TIC. A continuación, se describen los resultados obtenidos:

- Se puede precisar que las páginas web institucionales de gobierno consultadas, proporcionan información sobre el turismo en Mazatlán, Sinaloa, México, de manera general sobre sitios de interés, lugares a visitar y actividades a realizar, pero carecen de promoción orientada en específico al sector turístico hotelero de cinco estrellas. De las cuatro páginas web consultadas; tres de estas contienen información general del turismo, y sólo una, como es el caso de la página web de secretaría de turismo, “*visitmexico*”, muestra información del turismo hotelero en general y de cinco estrellas, desde proporcionar un contacto, dar información de hoteles (precios y paquetes), y además el vínculo que existe entre el sector gubernamental y empresarial, etc. Ver Tabla 1.

**Tabla 1.** Análisis de la comunicación, información, vinculación y promoción en páginas web del sector hotelero cinco estrellas.

<b>Páginas Web</b>	<b>Comunicación con el mercado (blog)</b>	<b>Información General del Turismo</b>	<b>Vinculación entre el sector gubernamental y empresarial</b>	<b>Promoción de hoteles de cinco estrellas</b>
<b>Secretaría de Turismo, México</b>	Si	Si	No	No
<b>Secretaría de turismo, México (visitmexico)</b>	Si	Si	Si	Si
<b>Secretaría de Turismo de Sinaloa (sinaloatravel)</b>	No	Si	No	No
<b>Ayuntamiento de Mazatlán</b>	No	Si	No	No

Fuente: Elaboración propia.

- En referencia a las plataformas de turismo consultadas si bien describen información de la promoción de hoteles de cinco estrellas, cabe mencionar que también promocionan hoteles de otras categorías, vuelos, recomendación de diferentes destinos, responden algunas dudas de tal manera que existe una comunicación muy cercana con los interesados y proporcionan datos que pueden servir para tomar decisiones sobre este u otros destinos. Ver Tabla 2

**Tabla 2.** Análisis de la comunicación, información, vinculación y promoción en plataformas de turismo del sector hotelero cinco estrellas.

<b>Plataformas de Turismo</b>	<b>Comunicación con el mercado (blog)</b>	<b>Información General del Turismo</b>	<b>Vinculación entre el sector gubernamental y empresarial</b>	<b>Promoción hoteles de cinco estrellas</b>
<b>Despegar.com</b>	Si	Si	No	Si
<b>Tripadvisor.com</b>	Si	Si	No	Si
<b>Zonaturistica.com</b>	Si	Si	No	Si

Fuente: Elaboración propia.

- Las redes sociales (*Facebook*), revisadas cumplen con las características de contener información de hoteles de cinco estrellas, considerando que los usuarios que se conectan a estas redes los mueve intereses comunes, que demandan los clientes de este sector. Ver Tabla 3.

**Tabla 3.** Análisis de la comunicación, información, vinculación y promoción en redes sociales (*Facebook*) del sector hotelero cinco estrellas.

<b>Redes Sociales (Facebook)</b>	<b>Comunicación con el mercado (<i>blog</i>)</b>	<b>Información General del Turismo</b>	<b>Vinculación entre el sector gubernamental y empresarial</b>	<b>Promoción hoteles de cinco estrellas</b>
<b>Hotel Pueblo Bonito Emerald Bay Resort &amp; Spa</b>	Si	Si	No	Si
<b>Hotel RIU Emerald Bay</b>	Si	Si	No	Si

Fuente: Elaboración propia.

## 5. Conclusiones

El turismo se percibe como uno de los sectores que se han desarrollado con mayor éxito en internet, ya que en los últimos años se ha incrementado significativamente el número de usuarios que utilizan este medio para realizar la adquisición de algún producto y servicio turístico.

De acuerdo con los datos obtenidos en esta investigación y al aplicar las herramientas de recolección de datos se encontró que solo una de las cuatro páginas web institucionales de gobierno analizadas (secretaría de turismo, México: *visitmexico*), tiene vínculo con el sector gubernamental y empresarial en la promoción de hoteles de cinco estrellas y otros servicios, también se hace notar que dos de las cuatro páginas web no tiene información actualizada.

Tal situación permite señalar que existe una separación entre el sector gubernamental y el sector empresarial en referencia a la promoción turística, se puede visualizar en los cambios de gobiernos municipales y estatales; no tienen un seguimiento de la información en cuanto a promoción y vinculación con relación a este sector turístico en sus páginas oficiales, al concluir sus periodos las dejan fuera de operación y por ende no se da un seguimiento ni vinculación permanente entre los sectores privados y públicos.

En las tres plataformas de turismo y en las dos redes sociales consultadas se detectó que incluyen la promoción de hoteles de cinco estrellas seguido de información general del turismo, pero no son exclusivas del sector analizado, también puede hacerse notar que no tienen vínculo con el sector gubernamental y empresarial, así mismo contienen información actualizada y existe comunicación con el mercado a través del *blog*.

Los hallazgos mostrados servirán de base para gestionar políticas públicas que consideren la vinculación entre el sector gubernamental y empresarial para fortalecer al sector turístico en específico al turismo hotelero de cinco estrellas ya que es un turismo que ofrece una mayor derrama económica y que por su naturaleza genera infraestructura y desarrollo económico a la localidad.

Los encargados de publicar información de promoción turística en estas plataformas, tienen la responsabilidad de crear información actualizada, relevante, con impacto y que permita a los usuarios querer descubrir más de estos puntos de interés. Así mismo las empresas relacionadas con el turismo de cinco estrellas enfrentan el reto de cambiar paradigmas existentes y comenzar a ver a las tecnologías de información no solo como simples sistemas de computación, sino como parte del plan estratégico de la administración, que permitan lograr ventajas competitivas en el sector.

Las limitaciones del estudio es que sólo se analizaron los indicadores sobre percepción y apreciación de las opiniones de los usuarios, con relación a la promoción del turismo hotelero de cinco estrellas, donde tiempo y actores, fueron elegidos arbitrariamente por los investigadores, por lo que otros destinos turísticos similares al de este estudio, muy probablemente tengan resultados diferentes a los aquí encontrados.

Por último, derivado del análisis realizado en esta investigación, se recomienda abordar como futuras líneas de investigación el diseño de un modelo de planeación estratégica adecuado a la realidad del sector turístico, que incluya políticas claras y precisas de vinculación entre sus integrantes del sector gubernamental y empresarial, donde se promueva la afluencia del turismo de hoteles de cinco estrellas. También es necesario que se tome conciencia de las ventajas competitivas que brindan las TIC, como estrategia de promoción turística en el logro del posicionamiento de este sector.

## 6. Referencias

- [1] Fuster García, B., Lillo Bañuls, A., Martínez Mora, C., Ramón Rodríguez, A. (2010). Crecimiento internacional de cadenas hoteleras vacacionales españolas desde una perspectiva global: Un estudio de casos. *Cuadernos de turismo*, (25), 69-97. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/109581>
- [2] Cruz Estrada, I, Miranda Zavala, A., Lobo Rodríguez, M. O. (2019). Innovación mediante las (TIC): Retos y oportunidades en las empresas turísticas de Puerto Nuevo, Baja California. *El periplo sustentable*, (36), 372-401. <https://www.redalyc.org/journal/1934/193467104012/html/>
- [3] Fernández Alcantud, A., López Morales, J. M., Moreno Izquierdo, L., Perles-Ribes J. F., Ramón Rodríguez, A., Such-Devesa, M. J. (2017). Innovación y destinos inteligentes: Oportunidad para el know how turístico español. *Información Comercial Española; ICE: Estrategia e internacionalización de la empresa turística*, (894), 137-150. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6160885>
- [4] Lemos Gomes, E., Henrique Mosardi, E., Alves Pinto, M. J., Nakatani, M. (2018). Las relaciones entre la información Turística y las tecnologías de la información y la Comunicación: Análisis de publicaciones científicas en revistas latinoamericanas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 27 (3), 569-587. <https://www.redalyc.org/journal/1807/180757123006/html/>
- [5] Gonzalez Morales, J. C. (2019). Destinos turísticos inteligentes: Una alerta a las comunidades anfitrionas. *Controversias y Concurrencias Latinoamericana*, 10 (18), 239-248. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=588662103015>
- [6] Flores Gamboa, S., Maldonado Alcuía, C. M., León, Santiesteban, M. (2020). El uso de plataformas digitales y aplicaciones en línea para reservar servicios de hospedaje en Mazatlán, México. *Revista de Investigación en Tecnología de Información*, 8 (15), 85-95. <https://doi.org/doi:10.36825/RITI.08.15.008>
- [7] Santillán-Nuñez, M. A., Velarde-Valdez, M., Obombo-Magio, K. (2015). Tecnologías de información y Comunicación al servicio del turismo en Mazatlán, Sinaloa, México. *Ciencias Holguín*, XXI (1), 1-10 <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181537107003>
- [8] Ordaz Coppel, Q. (2017). *Plan Estatal de Desarrollo Sinaloa, 2017-2021. Eje Estratégico I: Desarrollo Económico*. <http://saludsinaloa.gob.mx/wp-content/uploads/2018/transparencia/Plan-Estatal-de-Desarrollo-Sinaloa-2017-2021.pdf>
- [9] Kotler, P. (1999). *Marketing do século XXI*. Futura.
- [10] Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta. Ed.). Mc Graw Hill.
- [11] DATATUR. (2020). *Compendio Estadístico del Turismo en México, 2020. Análisis Integral del Turismo*. [https://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF/ITxEF\\_SIN.aspx](https://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF/ITxEF_SIN.aspx)
- [12] Secretaría del Turismo de México. (2022). *Turismo*. <https://www.gob.mx/sectur/archivo/articulos>
- [13] Secretaría del Turismo de México. (2022). *Visitmexico.com*. <https://www.visitmexico.com/sinaloa/mazatlan>
- [14] Secretaría del Turismo en Sinaloa. (2022). *Sinaloa travel*. <https://sinaloa.travel/destinos/mazatlan>
- [15] Ayuntamiento de Mazatlán. (2015). *Turismo de Mazatlán*. <https://mazatlan.gob.mx/?tag=turismo>
- [16] Despegar. (2022). *Hoteles en Mazatlán*. <https://www.despegar.com.mx/hoteles/hl/4948/i1/hoteles-en-mazatlan>
- [17] Tripadvisor. (2021). *Hoteles economicos en Mazatlán*. [https://www.tripadvisor.com.mx/SmartDeals-g150792-Mazatlan\\_Pacific\\_Coast-Hotel-Deals.html](https://www.tripadvisor.com.mx/SmartDeals-g150792-Mazatlan_Pacific_Coast-Hotel-Deals.html)
- [18] Zona Turística. (2022). *Hoteles en Mazatlan . 16 hoteles para reservar ahora: Zona turística*. <https://www.zonaturistica.com/hoteles-en/474/mazatlan-sinaloa.html>
- [19] Hotel Pueblo Bonito Golf & Spa Resorts, Mazatlán. (2022). *Facebook PuebloBonito*. <https://es-la.facebook.com/PuebloBonitoResort/>
- [20] Hotel Riu Emerald Bay, Mazatlán. (2022). *Facebook Riu Hotel Emerald Bay*. <https://www.facebook.com/RIU-Hotels-and-Resorts-106265070747903/?rf=601976096505069>