

Turismo y nuevas tecnologías

***“Nuevas tendencias... nuevos
desafíos”***



UADE

Inspiración

*El turismo y el ocio es un tema de relatos, de cuentos sobre el viaje, de **historias** de lugares lejanos, y **experiencias memorables** dignas de contar **durante** el mismo y **después** del regreso. El viajero ha encontrado un medio ideal para poder expresarse a través de la **palabra**, de las **fotos**, de los **vídeos**, de las **valoraciones...** y este es el escenario óptimo para*

5 etapas de un Viaje según Google



Google define 5 etapas en un viaje: **la inspiración, planificación, reserva, el viaje y las experiencias que compartir.**

Trabajos de Investigación en UAD

- Dos trabajos de investigación desarrollados desde la cátedra de Técnicas de Investigación Aplicadas al Turismo, perteneciente a la carrera de la Licenciatura en Turismo y Hotelería.
- Metodología: utilización de un diseño predeterminado (encuesta personal).

Trabajo UADE en FIT 2011

- Sobre un total de 58.239 personas (público general), se realizaron 1.180 encuestas
- Estudio de las tendencias de viaje y su relación con Internet
- Antes, durante y después del hecho turístico

Conclusiones I

Planificación del Viaje

- 61% utiliza Internet como principal fuente de información para sus viajes
- El 78% le da valor a lo que dicen otros usuarios... ¡hay que controlarlo!
- Los sitios webs oficiales tienen una confiabilidad del 45% y se utilizan en el 71% de los casos como fuente de información

Conclusiones II

Durante el Viaje

- 27% utiliza Internet al momento de buscar información.
- El 78% buscar qué hacer y/o ver. El 45% dónde comer.
- Entre el 70% y 80% de quienes comparten fotos y videos o dejan recomendaciones, lo hacen a través de las redes sociales.

Conclusiones III

Después del Viaje

- Entre el 80% y 90% utiliza las redes sociales para subir fotos/videos y hacer recomendaciones.
- El 34% dice hacer esas actividades muy frecuentemente.

Conclusiones IV

- Internet se usa básicamente para dos cosas: información sobre actividades en destino (qué hacer) y compartir el viaje a través de las redes sociales (el usuario genera valor y contenido).
Proksumer
- La voz del turista se convierte en un agente de promoción del destino. Motiva el viaje por la confianza que genera en otros

Trabajo UADE en FIT 2012

- Análisis sobre el uso de INTERNET que realizan los viajeros en el proceso completo de compra y consumo de turismo
- Se ahonda en la etapa previa al viaje
- 1054 encuestas a público en general

Cómo compran viajes



84%

Organiza el viaje
por separado



77%

De quienes compran
prefieren pagar con
tarjeta de crédito



57%

Está atento a
promociones
en la Web



80%

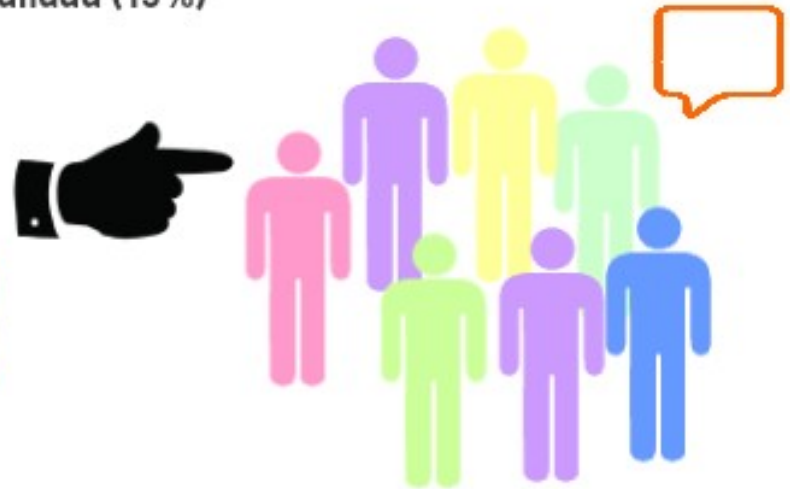
De quienes compran
online, prefieren
esta modalidad por
**COMODIDAD y
FACILIDAD**



Atención!

Quienes NO compran aseguran que prefieren la seguridad y confianza de las AAVV (47%)

También aparece el miedo a comprar por internet (15%) y la falta de costumbre de ésta modalidad (15%)



La comodidad no sólo es primordial para los viajeros de negocios sino para todos en general



46%

De los viajeros
comenta dónde se
encuentra y qué hace



33%

Busca información
sobre actividades y
lugares para su viaje



17%

Comparte fotos y videos
durante el viaje



30%

Se conecta en destino desde su
smartphone



32%

Se conecta en destino
desde su laptop personal

Nuevas formas de consumir y de informarse

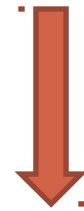
El turista ha dejado de ser un mero receptor pasivo de información para convertirse en un **generador de contenidos y difusor de experiencias personales**.

A la vez, al momento de decidir un viaje, una de las principales herramientas para la toma de decisiones es el comentario de otro turista sobre la experiencia de viaje.

Necesidad de trabajar con influenciadores y la comunidad local como “comunicadora” de los destinos locales.

¿Qué deben hacer las instituciones educativas?

Formar y capacitar a los futuros profesionales para que se trabaje y planifique teniendo en cuenta las nuevas herramientas disponibles.



Destinos más competitivos



¡¡MUCHAS GRACIAS!!

Lic. Uriel Charne
ucharne@uade.edu.ar
@ucharne