



Grado en Turismo

LIVING NEBRIJA
LIVING UNIVERSIDAD

Nombre _____

Apellidos _____

Fecha _____

Titulación _____

1. ¿Qué es el turismo para ti?

2. Explica las características fundamentales (donde, por qué, cuándo, etc.) de los viajeros del siglo XXI.

3. ¿Qué beneficios crees que genera el desarrollo del sector turístico en un destino?

4. En España se ha desarrollado preferentemente el turismo de sol y playa, ¿por qué otras tipologías de turismo debería apostar España? ¿Por qué?

5. ¿Crees que es importante el factor humano en las empresas turísticas? Razona tu respuesta.

6. Lee el texto siguiente y responde a las preguntas:

Redes viajeras

Las redes sociales en Internet y las herramientas que las rodean son una interesante plataforma para desplegar todo tipo de estrategias empresariales

“Internet ha modificado a pasos agigantados nuestros hábitos. Hoy en día tenemos acceso a millones de fuentes de información a golpe de clic, frente al ordenador. El desarrollo de las comunicaciones también ha ayudado bastante a ello, ya que si bien hace unos años esa información estaba limitada a texto y a alguna que otra imagen, actualmente las posibilidades se han multiplicado exponencialmente. A la mayor variedad de contenidos se suma ahora la posibilidad de acceder a recursos de todo tipo, como vídeos, colecciones fotográficas... y todo ello a través de sitios *web* cada vez más vistosos, amigables, dinámicos y participativos, es decir, bidireccionales...”

“Los foros, en primera instancia, y los *blogs* poco después, han permitido que la gente se reúna de forma virtual. El éxito de este tipo de comunidades está en la globalización. Internet sino también en el interconectar a los usuarios gracias a sus sistemas de búsqueda de relaciones entre ellos. Muchas empresas ya se han dado cuenta que participar en estas redes sociales es algo muy positivo para su negocio. El turismo no es una excepción y, actualmente, existen muchas entidades con miles de seguidores. Lógicamente, el trabajo de comunicación en una red social no se hace solo, sino que, al contrario, requiere de un esfuerzo adicional por parte de las empresas para mantener su información actualizada y el dinamismo en la relación con los usuarios que siguen la iniciativa. Hasta ahora, el mercado hotelero ha sido uno de los más activos en estas nuevas fórmulas de comunicación. Muchos establecimientos disponen de miles de fans en las redes sociales. Y bien sonada fue hace algunos meses

la campaña de la *web* de reservas Hotelonia. Tras crear en Facebook el grupo de los “procrastinadores” (supuesto movimiento que abogaba por la pereza y, en consecuencia, por las reservas de última hora), la compañía demostró la gran repercusión que puede tener en medios convencionales una iniciativa promocional que tenía su punto de apoyo en una red social.

Alternativas para todos

Pero los alojamientos no son los únicos. Cada vez más oficinas de turismo promocionan sus destinos a través de *blogs* y perfiles en las redes sociales. Lo mismo ocurre con las agencias de viajes. Iniciativas como la de una oficina de Barceló, en Paiporta, que publica ofertas de viajes, resuelve dudas de internautas, y permite que éstos cuelguen fotos de sus viajes, dan idea de cómo Internet puede aportar valor al servicio que proporciona un punto de venta tradicional. Sobre todo, en un momento de cuestionamiento de los modelos de negocio y de reducción generalizada de la demanda. Internet, que aún hoy es vista con recelo por parte de los responsables de muchos negocios tradicionales, se perfila como un medio fundamental a la hora de llegar a clientes potenciales, posiblemente inaccesibles y, a buen seguro, no asequibles a través de los medios tradicionales”.

Fuente: *Revista Savia Amadeus, Noviembre 2009.*

a. En tu opinión, ¿cuáles han sido las repercusiones más importantes que han tenido y tienen las nuevas tecnologías en la empresa y los negocios del sector turístico?

b. ¿Conoces algún buscador de viajes? ¿Cuál?

c. ¿Cómo crees que ha afectado Internet a las Agencias de Viajes?

d. ¿Sabes qué es una Web 2.0?

e. ¿Crees que este tipo de webs son beneficiosas o perjudiciales para las empresas turísticas? ¿Por qué?
