


## El Turismo impactado por el internet

Marilyn Nowacka Barros  
07-41279

Primera versión: 11 de Julio de 2011  
Actual: 26 de Julio de 2011

Este documento es publicado bajo la licencia Creative Commons 

## **Índice**

Negociando internet	3 - 4
Alcances inimaginables del turismo 2.0	5 - 6
Ajustándonos al 2.0	7 - 8
¡Qué maravilla! ¡Turismo 2.0!	9 - 10
Resultados de encuesta: Agarrando las maletas con internet.	11 - 14
Bibliografía	15

## Negociando internet

El internet ha cambiado nuestras vidas. ¿Quién no estaría de acuerdo con esto?. Ya hasta las generaciones que más han vivido, suelen conocer que puede hacerse con “el internet ese”. Las abuelas, si bien no saben manejarlo, le piden ya a sus nietos “¿Por qué no me buscas esto y aquello en el internet ese?”. Claro está que aunque ha sido muy conocido y usado en los últimos años, no deja de sorprender a cualquiera: “¿Se pueden ver clases por internet?, ¡Qué maravilla!”, dicen algunos, mientras otros en vez de dejarse simplemente sorprender por su rápido avance y desarrollo, tratan de dominarlo y quitarle barreras a su imaginación para utilizarlo para su propio provecho.

Las Tecnologías de Información y comunicación, que tanto oímos nombrar actualmente, se han convertido en un componente central de toda empresa, que quiera mantener su competitividad en el mercado, nos aseguran Juberías y Pablo Redondo en su trabajo “Impacto de las nuevas tecnologías en el sector turístico”. El comercio y la economía han sido eje central del movimiento mundial, a través de la historia del hombre. Las razones de cualquier cosa que no parezca tener explicación lógica de ser, siempre son comerciales. Y, ¿Qué más podríamos esperar entonces, de un medio de comunicación, expresión y divulgación, como lo es internet, más que para usarlo para fines comerciales?. Es este entonces, uno de los motivos por el que la afirmación que hacen los autores del texto citado, es completamente verosímil: toda empresa que quiera ganar en su mercado, actualmente busca internarse entre la gran red. No es lo mismo ya comercializarse únicamente por televisión, pues gran parte de la población actualmente usa más la computadora como medio para informarse, comunicarse y entretenerse. Y es que la televisión nunca fue “tan 2.0” como la web.

Como bien dice Tim O'Reilly, creador del acrónimo *web 2.0*, en su artículo “Qué es la web 2.0 patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software”: las externalidades de red derivadas de las contribuciones del usuario son la clave para el dominio del mercado en la era de la Web 2.0. En cualquier ámbito, el término en el que la web 2.0 gira es colaboración.

En un mundo donde la globalización es cada vez menos incipiente y más natural. Las fronteras se van difundiendo entre culturas y la diversidad que existe y seguirá existiendo en el mundo, se va conociendo cada vez más, la web 2.0 cae de maravilla. El precio por conocer casi como si se viviera, diferentes culturas a la propia, es minúsculo cuando hablamos de éste estallido tecnológico, como llama O'Reilly a la web 2.0. Y es que sobre ésta nueva tendencia, nos aprovechamos de la inteligencia del colectivo. Esta justamente, es uno de los principios que es propuesto por O'Reilly, al exponer sus ideas sobre la web 2.0. 5

Pero, ¿Y dónde dejamos a la economía dentro de todo este “boom”? Como bien se

dijo, el colectivo es algo de suma importancia, ahora bien, ¿no es el colectivo también uno de los principales entes dentro del mercado? La publicidad, por ejemplo busca incentivar al público a consumir su producto a través de medios de comunicación. Pero, ¿Qué tal si pudiera motivarse a las personas de manera personalizada? Es decir, si a alguien le gustan los libros de cierto autor, es lógico que al entrar en una librería donde lo conocen, le informen a su cliente que ha llegado el nuevo libro de su autor preferido. Pero eso ameritaría no sólo suficiente memoria por parte de los empleados, para recordar a cada uno de los clientes, sino también una gran capacidad para asociar el cliente con su autor preferido, sin error alguno (para que no se sienta mal atendido). ¡Qué lío!. Por suerte, existen las computadoras, quienes con una gran memoria, no tienen problema en hacer éste trabajo. Ahora, si ya éste trabajo lo hace la computadora ¿Por qué no hacerlo todo de una vez en esta?. ¡Tenemos la web 2.0!. Donde basta tener una tienda virtual, para hacer que éstos deseos de atender a cada cliente con la personalización y rapidez que amerite, no es problema. Esto es justamente lo que hace páginas como [www.amazon.com](http://www.amazon.com) (nada más y nada menos, que una de las tiendas virtuales más conocidas y prósperas en la web). Cuando vemos algún artículo en ésta página, ésta la “recuerda”, más aún si compramos algo. Para luego, como buen comerciante y anfitrión de su tienda, recomendar a su clientela justo lo que él bien sabe que le interesa y así aumentar las probabilidades de aumentar sus ventas. La web 2.0 se presta para hacer cosas como estas y muchas más: la interacción es entonces algo primordial. Y el mundo del mercadeo, lo sabe.

## **Alcances inimaginables del turismo 2.0**

Como bien dice Rafael Chamorro, director adjunto de la oficina de turismo de España en Nueva York, en su artículo “Una revolución en el turismo gracias a las TICs”: una de las empresas más afectas y cambiadas por ésta no tan nueva onda colaborativa, como lo es el internet, es el turismo. Porque claro, si hay una empresa que busca conectar cualquier rincón del mundo de la manera más fácil y económica posible, es el turismo.

La forma en que hacemos turismo, ha tenido una gran evolución en los últimos 10 años. Volvamos en el tiempo. Aquellos tiempos en donde para informarnos, íbamos a agencias de viaje, para que nos guíen y hagan las reservaciones de alojamiento por nosotros. Claro, y para comparar precios, íbamos de agencia en agencia pidiendo asistencia hasta por fin, volver a la que inicialmente habíamos considerado, pues el precio que decían ser el mejor del mercado, lo era. ¡Qué pérdida de tiempo!. Dirán algunos. Y en unos 30 años, le contaremos a la próxima generación “como eran las cosas en nuestros tiempos” y se quedarán tan anonadados como nosotros cuando nos hablan de la primera impresión que tuvieron nuestros padres, de objetos tan cotidianos como un cajero automático o la televisión a color.

Luego, con el nacimiento del internet y todo ese nuevo movimiento de poner todo en la red, los comercios se dieron cuenta que poner información de tarifas, rutas y alojamiento en la web, así como publicidad, aumentaba ganancias y disminuía el tráfico de clientes en sus negocios, lo que implica directamente reducción de personal y menos gastos para la empresa. Claro, si la gente averigua lo que quiere desde sus casas, la movilización a la agencia se hace únicamente para cancelar. Por otro lado, los clientes se sienten más satisfechos, ya que al recorrer las páginas de cada agencia, desde su casa, las comparaciones de precios y comodidades puede hacerse en cuestión de horas: ¡Qué maravilla, el turismo 1.0!.

Así poco a poco, nos acercamos a la web colaborativa. Un paso de transición entre el turismo 1.0 y el turismo 2.0: el turismo 1.5 es como llamamos a este traspaso. Un salto en la tecnología, donde empieza a existir una interacción entre el cliente y la página. La venta y reserva de boletos, alojamiento, planes de viajes y hasta autos se hace cada vez más natural. Sin embargo, la gente en general, no confía en su totalidad en dar su dinero a una página web.

Poco a poco, las dudas van desapareciendo. La seguridad en transacciones se hace más estable y la gente comienza a relacionarse efectivamente con la nueva tecnología. Ahora hay comentarios, recomendaciones y sugerencias, de un cliente a otro. El turismo 2.0 llegó. Ahora podemos caminar por las calles, como si estuviéramos ahí

gracias a google maps, comparar precios en cuestión de segundos, gracias a páginas como despegar.com, encontrar bitácoras de otros turistas en lugares interesantes gracias a los blogs, documentar cada detalle de tu viaje, gracias a cosas como trip journal, y una infinidad de páginas cuyo objetivo es hacerte sentir como el líder del turismo que quieras desarrollar. Comenzamos a pensar hasta en hacer turismo, sin salir de nuestras casas. “¿Cómo? ¡Imposible!”, “sí, leíste bien: conocer culturas, sin viajar”. Esta nueva modalidad de turismo es la que presta páginas como couchsurfing.com, donde una vez ingresados tus datos: dónde vives, intereses, hobbies, entre otros. Los publica a modo de perfil, para que alguien que viaje a tu ciudad pueda contactar contigo. Tú como anfitrión, debes señalar en tu perfil si deseas o puedes recibir gente en tu hogar (indicando por supuesto cuántas personas caben). Si no puedes recibir a nadie no te preocupes, igual puedes practicar el “turismo a la inversa”: simplemente puedes ofrecerte para mostrar tu ciudad, porque claro, ¿Quién conoce mejor los “rinconcitos” más recónditos, acogedores y estrambóticos de una ciudad, que alguien que vive ahí?. Es una forma de turismo, donde nadie pierde y todos ganan (excepto quizás las industrias de guías turísticas y hoteles): al turista le sale más económico su hospedaje y más ameno su viaje, mientras que el turista inverso (dígase, el anfitrión) conoce una nueva cultura sin salir de su país, conoce nuevas personas, nuevas mentes, nuevas ideas: un mundo de posibilidades que es posible gracias a la web 2.0.

La evolución del turismo a través del internet, puede semejarse a esa señora que siempre tiene que hacer conversación en cualquier situación que se encuentre, era quién en el turismo 0.0 te decía al verte en la agencia “disculpa que me meta, pero yo fui a ese lugar, y la verdad es que te recomiendo tomar tren, porque...”. En el turismo 1.0, esta señora quizás hará una página web estática donde exponga sus ideas y opiniones. Sin que tu puedas replicarle como en el turismo 0.0 que a ti te marean los trenes. Finalmente, con la web 2.0 ésta señora se multiplicará por millones: bienvenido al planeta tierra cibernético, donde todos pueden comentar y narrar sus experiencias a quien se interese por leerlos.

La colaboración, como bien O’Reilly aclaró en los inicios de la web 2.0, es el eje alrededor del cual se mueve todo, por transitividad así es con el turismo. Sin colaboración no hay turismo 2.0.

El turismo 2.0 se vuelve entonces como una gran red social en internet, donde todo el mundo comenta, recomienda, cuenta sus experiencias, distribuye y expone sus ideas de manera libre. Así, a su vez, otras personas sobre éste torrente de ideas, puede comentar, recomendar, contar experiencias, distribuir y exponer sus ideas. Así poco a poco, se va formando una red. Un ambiente donde todos se benefician de la inteligencia y conocimientos del colectivo y a su vez, agregan el suyo para el aprovechamiento de otros. Es compartir algo que no te hará falta después: si compartes, por ejemplo una pizza con alguien esto implica evidentemente, que tendrás menos pizza para tu consumo, pero las ideas son algo que no se pierden una vez compartidas, más bien, ayuda a la creación de más y más información: sinergia de conocimiento.

## **Ajustándonos al 2.0**

En el sector turístico, a diferencia de en otros ámbitos comerciales, existe una correlación entre distintas empresas: hoteles, restaurantes, agencias de viajes, transportes, boletos, etc. Es por ello que crear un ambiente que englobe todo lo que es viajar, es una tarea amplia. Porque, ¿Qué es viajar sin transporte?, por ejemplo. Es por ello que actualmente, la integración de todo esto en un mismo sitio se ha vuelto algo tan importante y cada vez más común. Actualmente, la mayoría de las páginas de viajes, son como un pequeño libro de viajes, pero mejor. En un manual de viaje, de los que uno solía comprar en la librería, la opinión de los diferentes destinos dentro de una ciudad, era un tanto subjetiva. ¿Acaso el autor del libro no podría considerar que una comida era mala, y al probarla tu paladar enloquecía?. Es cuestión de gustos. Y para una recomendación, siempre es bueno contar con diferentes puntos de vistas, ya que así se tendrá una visión más acertada de lo desconocido. Es conocer y luego viajar.

Pero, ¿Qué opina la gente?. En una muestra de gente, lamentablemente, no muy extensa ni diversa, se hicieron una serie de preguntas con respecto al turismo 2.0, para entender y aprender mejor éste ambiente. La población fue de 24 personas. La encuesta completa se encuentra al final del documento.

Basándonos entonces en este estudio, podemos concluir que la gente suele revisar páginas web antes de emprender un viaje, gran parte de la gente considera este auge del turismo 2.0 una manera de facilitar el viajar. Sin embargo, a pesar de que casi todo el mundo “escucha a la señora que quiere hacer conversación a donde sea que vaya”, muy pocos le responden. A diferencia del turismo 0.0, en Venezuela, el turismo 2.0 se comporta un tanto diferente con tendencia a ser asocial. Es decir, cuando en una agencia de viajes, alguien te ofrece su opinión sobre tu destino, la respuesta suele existir. Ahora, y basándonos en la cultura venezolana y en la encuesta, si alguien nos da su opinión sobre algún destino, no solemos responderle. Todos buscamos información sobre nuestro próximo viaje, reseñas, recomendaciones, sugerencias, etc. Pero cuando volvemos, no continuamos ese transmitir de ideas que el mundo 2.0 idealiza. Esto se debe a la falta de comunicación escrita y inhibición que hay en la cultura, venezolana específicamente. Necesitamos que alguien nos hable, para continuar una conversación, pero ¿Cómo alguien nos va a hablar en una página donde hay meras sugerencias de viajes? Debemos poner de nuestra parte, abrimos al mundo y exponer nuestras ideas: que de la diversidad, surge la creatividad y las nuevas ideas.

La confianza en la compra de boletos por medio de una página web ha incrementado, sin embargo aún no se ve del todo dominada esta forma de pago. Las formas tradicionales, aún no han perdido su toque de seguridad en los clientes, quienes muchas veces prefieren sacrificar tiempo a cambio de ir personalmente y frente a un humano y no una máquina, a pagar el viaje.

Interesante sería hacer la misma encuesta en otro entorno, otra cultura quizás y así poder sacar conclusiones sobre la nuestra en específico y determinar que tan avanzados o atrasados estamos con respecto a las otras en la carrera por dominar el nuevo medio 2.0.



## ¡Qué maravilla! ¡Turismo 2.0!

Gracias al internet, podemos ahora recorrer un lugar sin siquiera haber estado ahí físicamente. La revolución del internet en el turismo, no solo ha afectado la economía. Ahora podemos ver a detalle la obra de Miguel Angel en la Capilla Sixtina, sin viajar hasta Italia. O ¡mejor aún!, podemos decidir si vale la pena el viaje, o si quizás sea mejor emplear ese tiempo y dinero en conocer la Monalisa, en París. Esta era le permite a sus participantes no solo dejar a un lado la subjetividad de una guía de viajes, sino que incorpora la propia en la toma de decisiones. Si la diversidad es una de las cosas que rige nuestro planeta, todo esto debe sonar como una sonatina para piano bien tocada: perfecto.

La diversidad no solo trae el poder elegir qué se quiere ver y en qué orden, trae también adscrito al turismo, de qué forma se hace. Creando un ambiente de aprendizaje personal, donde el objetivo era el turismo y dada la diversidad de la que se hablaba, era natural preguntarse “¿Estaré considerando únicamente lo que yo opino que es turismo?”. Ahí nació entonces la siguiente interrogante: “Y tú, ¿Qué consideras turismo?”. Las redes sociales son siempre el lugar para comenzar con éstas cosas. Turismo de montaña, decía alguno: recorrer las montañas del mundo, acampar, deleitarme con la naturaleza y llenar mis pulmones con aire fresco, explicaban. “¿Turismo? Me encanta ir a Estados Unidos de compras”: *shopping trip*, lo llaman. Donde todo consiste en recorrer cuantas tiendas se pueda y comprar. Claro, y ¿Qué mejor lugar que Estados Unidos para consumir productos?. “Yo hago turismo en el metro”, decía otra. Recorrer las estaciones de metro, observar la gente y reflexionar. ¿Quién dijo que el turismo tenía que ser fuera de tu ciudad?. Turismo de parques nacionales: una persona recorrió, nuevamente Estados Unidos, conociendo cada una de las maravillas que puede haber entre la gran diversidad de parques que recorre éste país. Turismo de parques de diversiones. Una montaña rusa, es diferente a otra. Recorrerlas todas en un viaje, puede ser algo tentador. Turismo Harry Potter: recorridos únicamente por lugares referentes a Harry Potter, sitios del libro, lugares donde viven los actores, donde fueron filmadas las películas, etc. Y así, infinidad de explicaciones, anécdotas y opiniones hay. Tantas como personas en el mundo: y es que hasta los gemelos, son diferentes. Cualquier hobby, cualquier afición, puede convertirse en una forma de turismo.

No en vano, ni al azar son entonces creadas las rutas destinadas a cierta actividad. *La ruta del vino*, casi cualquier país productor de vino, tiene una. Y de seguro hay alguien cuyo turismo ideal sea recorrerlas todas. *La ruta de los cuentos de hadas*, existe en Alemania, donde la ruta te lleva a lo largo de ciudades alemanas donde los Hermanos Grimm, desarrollaron sus historias quizás no tan infantiles. *La ruta del cacao*, en Chuao (Venezuela), un camino a través del Henri Pitier donde predomina a lo largo del trayecto la plantación de cacao utilizado para hacer los chocolates más deliciosos del mundo. Pero, ¿Serán estas rutas formas de comercializar un lugar o caminos creados para mero disfrute de los turistas?. Probablemente ambas. Con la cantidad de gustos diferentes que

hay, habrá quién no encuentre atracción alguna o hasta que le parezca ridícula, mientras hay otras que parecen ideales. Y esto es justamente lo que hace del turismo algo tan complejo, más ahora con la web 2.0, donde TÚ eres el eje del mundo. Todo se mueve en torno a tus gustos y el esfuerzo por crearte un ambiente idóneo para tu disfrute, es la principal meta de cualquier página que quiera ganar en esta lucha por descubrir *el turismo 2.0*

**Resultados de encuesta: Agarrando las maletas con internet.**

**¿Cuándo estás organizando un viaje, ¿Revisas internet para informarte sobre tu destino?**

¿Qué? ¿Eso también se puede hacer?	0	0%
No, nunca lo he hecho.	1	4%
Sí, pero prefiero preguntarle a amigos, leer libros, etc.	1	4%
¡Claro! Es lo que hago primero.	12	50%
No solo cuando organizo un viaje, me encanta revisar qué hay en el mundo para conocer	9	38%

**¿Cuántas veces has comprado un boleto aéreo por internet?**

¿Qué? ¿Eso se puede hacer?	0	0%
Ninguna, no confío en hacerlo por esos medios.	0	0%
Ninguna, no he tenido la oportunidad	5	21%
Una sola vez, y me fue bien	3	13%
Una vez y suficiente. No lo vuelvo a hacer	1	4%
Un par de veces	8	33%
Cada vez que viajo, lo hago.	6	25%

**¿Has hecho reservas de hotel, transporte u otra cosa, por internet?**

De verdad, con esta encuesta me estoy enterando de muchas cosas que puedo hacer por internet	0	0%
No lo he hecho, pero sé que puede hacerse	7	29%
Sí, alguna que otra vez lo he hecho	9	38%
Siempre que puedo. Ayuda a ahorrar tiempo.	7	29%

**¿Has hecho un viaje o te gustaría hacerlo, motivado por algo visto en internet?**

No, para nada.	1	4%
He visto cosas, que me han gustado y que me gustaría conocer. Sin embargo, después de varios días lo olvido.	11	46%
Sí, utilizo internet para decidir a donde viajar.	10	42%

**¿Has hecho tours por ciudades, museos u otros, estilo realidad virtual? (En 3D, con 360grados de visión del lugar, etc.)**

Que si he hecho, ¿QUÉ?	1	4%
No, pero me han contado que se puede hacer.	6	25%
Sí, a veces me he topado con sitios web donde puedo hacerlo	8	33%
Claro. Me encanta recorrer lugares nuevos así	7	29%

**Cuando estás de viaje, ¿Qué tan seguido sueles revisar internet? (Correo, chat, redes sociales, información del lugar donde te encuentras...)**

No. No quiero saber nada de la tecnología. ¡Estoy de vacaciones!	0	0%
No, prefiero concentrar mi tiempo en otras actividades.	2	8%
Sí, por lo menos una vez en todo el viaje.	7	29%
Claro, cada vez que puedo voy a un cyber-café.	1	4%
Siempre llevo mi computadora/celular conmigo, y reviso todo siempre que tenga señal/WiFi.	13	54%

**Cuando regresas de un viaje, ¿Sueles recomendar o dar tips del viaje en algún foro, blog o medio virtual, para ayudar a futuros visitantes del lugar a una mejor experiencia?**

¡Qué buena idea!. Nunca lo he hecho.	2	8%
No, pero sí he leído los comentarios de viajes de algunas personas.	12	50%
Sí. Alguna vez lo he hecho, pero no buscando explícitamente hacerlo Por casualidad encontré donde comentar y lo hice.	14.	17%
¡Claro! Siempre es bueno dar comentarios, para formar una red de información, donde cada quien se nutre de lo que pueda.	5	21%

**¿Consideras que gracias al internet, ahora es más fácil viajar?**

Me parece que es lo mismo	0	0%
No, para nada. Antes era más sencillo	0	0%
En algunos aspectos, sí. Pero hay cosas que siguen igual	11	46%
Completamente. Lo facilita desde cualquier punto de vista.	12	50%

**¿En qué piensas cuando lees "Turismo 2.0 o Turismo en internet"?**

- Poder utilizar la experiencia de otros viajeros para facilitar mis decisiones al viajar.
- Pienso en páginas como couchsurfing, las cuales se valen de herramientas web como las redes sociales orientadas al turismo. En este caso las personas ponen a disponibilidad su casa y buscan casas disponibles para quedarse en otras ciudades. Hay todo un sistema de puntaje y recomendaciones, etc.
- En toda la información disponible en las redes sociales y como ellas impactan la forma de hacer turismo, exponiendo y recomendando a todos los de la red, sitios que antes no los hubiéramos ubicado.

- Turismo a gran velocidad, Turismo virtual
- ir de viaje virtualmente
- Pienso en reservar vuelos, hospedaje, buses, trenes, tours, barcos, etc. Es decir pienso en la experiencia de viaje FÍSICA facilitada por internet. De ningún modo considero "viajar" virtualmente.
- No asocio el término mucho a la búsqueda de información para viajar, sino más bien en hacer turismo POR Internet (tipo StumbleUpon).
- turismo organizado
- Una buena novedad del siglo XXI
- En compartir experiencias sobre lugares visitados
- nada en particular
- Realidad virtual.
- En la posibilidad infinita de poder interactuar mucho más con otras personas que se encuentran en los mismos lugares que uno va o está y sacar provecho de las experiencias de cada viajero 2.0, quedan muchas cosas que podrían estar conectadas a redes y páginas web turísticas. En el caso particular venezolano, la gran limitante es el control de cambio, que impide las reservas de muchos hoteles, lugares de interés y transportes, pues lo debes pagar al momento y no después en el lugar.
- Es la facilidad que te brinda internet para viajar y conocer lugares desde la comodidad de tu casa, aunque también me lleva a pensar sobre planear vacaciones a través de internet.
- que excelente son las redes de información
- que es una nueva forma de conocer el mundo desde tu computadora y ver lo maravilloso del mundo.
- Es poder informarme de todo respecto al sitio que voy y/o quiero visitar. Todos los detalles para sacarle el mayor provecho al viaje.

### **¿Cómo crees que el internet ha impactado el turismo?**

- Creo que el turismo se ha vuelto más competitivo, pues ahora la gente puede comparar precios con mucha facilidad.
- Primero, ha fomentado el interés por otros sitios, ya que es muy fácil investigar sobre ellos. Ha creado herramientas para facilitar los viajes, como la compra de pasajes por internet, permiten la búsqueda de opciones distintas y muchas veces más económicas, además ha dado espacio para que se creen redes de viajeros que intercambian intereses, experiencias y hasta sofases.
- la globalización ha impulsado al turismo, exponiéndolo al alcance de un clic, lamentablemente la infraestructura no ayuda.
- en que ahora todo es más fácil
- pues muy bien, es mas fácil hacer publicidad por internet y hacer que llegue a cualquier parte del mundo, comparado con repartir folletos en agencias de viajes y locaciones de ese estilo
- Muchísimo. Facilita todo, e implica un ahorro en coste y tiempo Además, permite conocer tips del sitio al que vas y los sitios más importantes para visitar
- Ha permitido en general que la información llegue a las personas directamente sin intermediarios. Aquello del traspaso de información directo desde la fuente y sin los costos que generalmente se producen al usar agentes de turismo o "fuentes confiables". Por ejemplo, en zonas de información escasa en internet, es fatal

porque consigues puntos de vista diametralmente opuestos. En zonas de turismo tradicional consolidado es perfecto.

- Páginas como wikitravel.org han facilitado la búsqueda de información. Creo la gente compra menos guías turísticas, porque invirtiendo suficiente tiempo de búsquedas en Internet uno puede conseguir (casi) cualquier cosa.
- lo facilita
- Son muchos aspectos para nombrarlos, pero todo ha sido para mejorar.
- Ha hecho más fácil el acceso a información que antes quizás estaba siendo utilizada por las agencias de viajes o que solo era accesible a través de folletos
- positivamente. Rapidez, seguridad y mayor fiabilidad y rentabilidad
- Ahora es importante para los proveedores de servicios turísticos mantener presencia en internet... Si no lo hacen, pierden muchas oportunidades.
- Tremendamente, existen infinidad de medios web que muestran las mejores condiciones y lugares para hacer turismo de cualquier tipo, ya que hasta lugares especializados existen en turismo convencional, de aventura, extremos, etc. los medios interactivos están en pleno desarrollo, todavía hay mucho que explorar y adelantar en ese sentido, pero lugares como google earth, están en esa búsqueda
- Ahora es mucho más fácil conocer sitios, ver las ofertas que hay en cierta región, conocer información de manera más rápida y precisa. Una buena página web puede incentivar el turismo en un sitio determinado.
- si claro uno puede hacer planificaciones y recorrido visualmente
- de una forma muy significativa ya que es el medio principal de promoción de los lugares.
- Significativamente. Te conecta con lugares de una manera increíble y hace que tus intereses por viajar y conocer sean aún mayores.

**Si tienes algún comentario que quieras hacer, este es el lugar para ello:  
(Algunas respuestas fueron omitidas por falta de aporte al tema).**

- Considero que en La Unión Europea está el modelo a seguir en cuanto a uso de internet para fines turísticos. EEUU es bastante malo, incluso Argentina, Chile, Uruguay, Brasil y Perú son mejores que EEUU haciendo uso del internet con estos fines. Desconozco el desempeño de Asia y Europa de Oriental o no UE. Las recomendaciones persona a persona son buenas, pero los sitios capaces de atraer críticas y recomendaciones consolidadas ayudan muchísimo, por ejemplo, [www.hostelworld.com](http://www.hostelworld.com)
- Aunque Internet es muy chévere para conseguir información general, hay veces que es más conveniente leer un libro o guía turística con información más específica o pertinente a lo que uno quiera hacer. Por ejemplo, la guía de Europe through the Back Door de Rick Steves no tiene contraparte en Internet (aunque me gustaría que la tuviera).
- No soy un viajero frecuente, pero cuando viajo al extranjero o cualquier destino en Venezuela, lo hago comúnmente tengo el destino o destinos pre establecidos
- Planificar y comprar todas tus actividades y boletos por internet es lo máximo. Sería fino tener un sistema que te integre todos los servicios.

## Bibliografía

✈ DE PABLO REDONDO, Rosana Y JUBERÍAS CÁCERES, Gema. Impacto de las nuevas tecnologías en el sector turístico. U.N.E.D. España. Disponible en: [http://www.littec.ungs.edu.ar/SSI2004/5\\_Pablo%20Redondo%20y%20Juberias%20Cacere s.pdf](http://www.littec.ungs.edu.ar/SSI2004/5_Pablo%20Redondo%20y%20Juberias%20Cacere s.pdf), bajado el 20 de Julio de 2011

✈ MAYANS, Victor. 2008. Turismo 2.0. Disponible en: <http://www.slideshare.net/vmayans/turismo-20> , visto el 20 de Julio de 2011.

✈ FILGUEIRA GOMIS, Juan Marcos. 2008. Los blogs dentro del turismo 2.0. Consellería de educación e ordenación universitaria, Xunta de Galicia. Disponible en: <http://rotur.udc.es/rotur/sites/default/files/Artigos/Art.%201.7.pdf>, bajado el 20 de Julio de 2011.

✈ WILLIAM, Edu Y PEREZ MARTELL, Esther. 2008. Turismo 2.0. La web social como plataforma para desarrollar un ecosistema basado en conocimiento. Destinum.com & Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Disponible en: [http://www.turismo.uma.es/turitec/turitec/paginas/articulos/actas\\_turitec\\_pdf/L15\\_A03.pdf](http://www.turismo.uma.es/turitec/turitec/paginas/articulos/actas_turitec_pdf/L15_A03.pdf), bajado el 20 de Julio de 2011.

✈ CHAMORRO, Rafael. 2008. Una revolución en el turismo gracias a las TICs. Bit 170. Disponible en: <http://www.coit.es/publicaciones/bit/bit170/30-33.pdf>, bajado el 20 de Julio de 2011.

✈ ROMANTINI, Elio. Viernes 27 Mayo 2011. Turismo 2.0. Periódico venezolano: Primera Hora. Edición Aniversaria, 6to Aniversario: Internet se conecta a nuestras vidas.

✈ O'REILLY, Tim. 2006. Qué es web 2.0 patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software. Disponible en: [http://www.willydev.net/Willydev\\_old/Root/InsiteCreation/v1.0/1.1/Abril/WillyDev.Web2.0.pdf](http://www.willydev.net/Willydev_old/Root/InsiteCreation/v1.0/1.1/Abril/WillyDev.Web2.0.pdf), bajado el 20 de Julio de 2011.

✈ Publicidad.  
<http://es.wikipedia.org/wiki/Publicidad>, visto el 20 de Julio de 2011.

Para fines de opinión, encuestas y búsqueda de participantes:

✈ Facebook

✈ Twitter

✈ Google docs.