

# Las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el Sector Turístico

## Ponencia estructurada en cuatro capítulos

- 1- Las obviedades
- 2- Las certezas de hoy
- 3- Las incertidumbres del mañana
- 4- Las conclusiones. Al menos, las más.

## Capítulo 1º Las obviedades

1- La única verdad incuestionable sobre el futuro es que se trata de algo que es .....

Incierto !!!!

2- El turismo es un negocio de entrega de valor que requiere saber :

- Elegir el valor
- Crear el valor
- Comercializar el valor

3- La tecnología sin conocimiento especializado es .....

Ineficiencia + Tecnología

=

Ineficiencia automatizada

#### 4- Humanología por encima de tecnología

Las personas - clientes externos y los clientes internos- determinarán siempre la competitividad de las organizaciones turísticas del futuro

#### 5- El saber hacer es imprescindible

Ninguna tecnología puede sustituir la necesidad de contar siempre con un buen plan de negocio previo.

6- La obtención de una posición competitiva sostenible en el tiempo, exige la gestión de una adecuada cadena de valor



### Capítulo 2º Las certezas de hoy

#### Sobre la demanda

- ⇒ Busca obtener la **satisfacción emocional**.
- ⇒ Valora el **lujo/glamour** a un precio **razonable** y asequible
- ⇒ Busca/exige productos **vanguardistas**
- ⇒ Exige productos **cómodos de gestionar** en la Red.
- ⇒ Valora la **marca**
- ⇒ Compra viajes **todo el año**.
- ⇒ Exige que pueda comprarlos **"cuando él quiera"** (24 horas al día, los 365 días al año)

C  
O  
M  
P  
R  
A  
D  
O  
R

**WEB 2.0 :**  
"de sólo leer, a leer y escribir"

**La Blogosfera :**  
"desnudos ante el mundo"

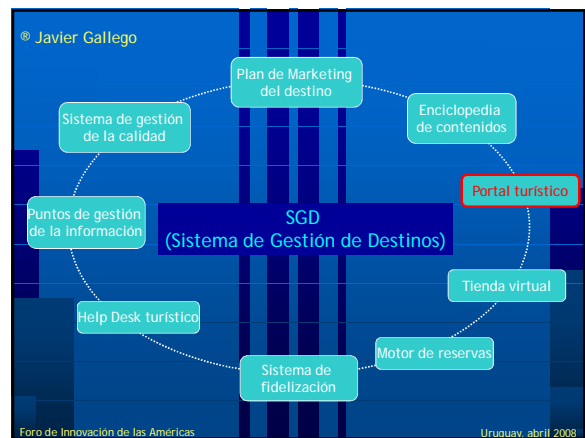
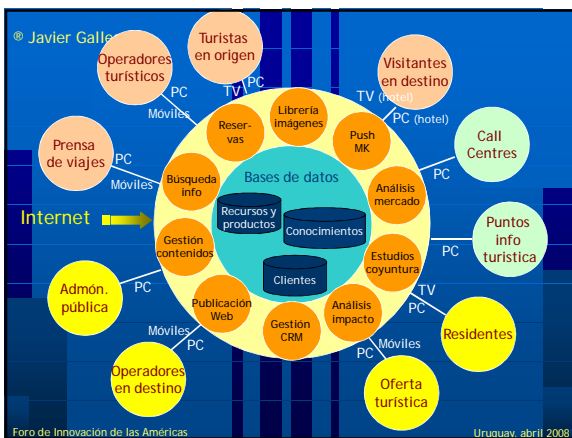
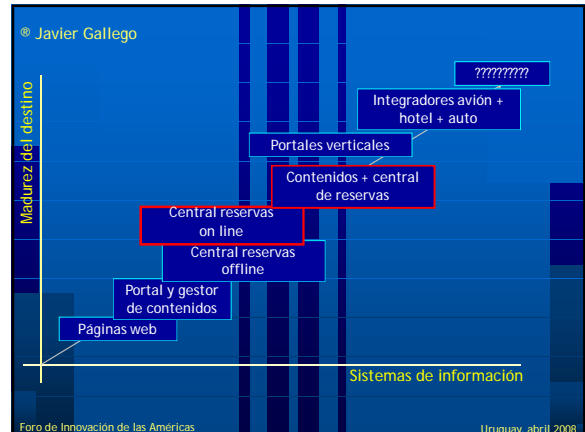
**Generación 2.0:**  
"la cibernsiedad"

O  
F  
E  
R  
T  
A

© Javier Gallego **Sobre la oferta**

- **Nuevos competidores:** disminuyen las barreras de entrada y facilita la entrada. *Cualquiera puede entrar*
- **Rivalidad entre empresas existentes:** al ampliar el tamaño geográfico del mercado. *Todos compiten contra todos*
- **Nuevos productos sustitutos** aparecen continuamente nuevos productos. *Es "fácil" crear y lanzar nuevos productos*
- **El poder de los compradores:** aumenta el poder de mercado de los compradores. *El precio se convierte en el criterio básico de decisión.*

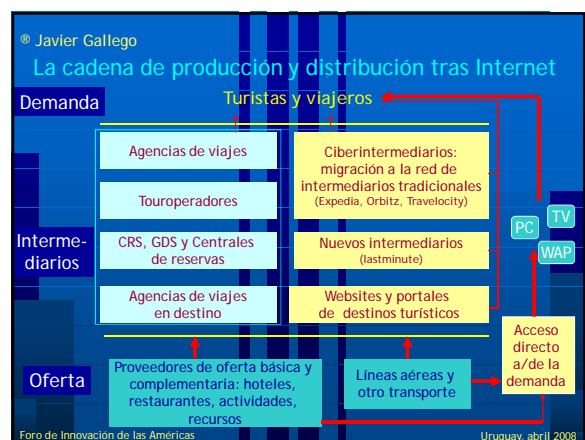
Foro de Innovación de las Américas Uruguay, abril 2008



© Javier Gallego **Sobre la distribución**

- ⇒ **Los intermediarios tradicionales han reestructurado sus procesos** para actualizar sus ofertas, mejorar la satisfacción de los consumidores y mantener su competitividad: *migración de las agencias tradicionales a Internet; asociación entre GDS e Internet.*
- ⇒ Han surgido **nuevos intermediarios** que aprovechan las oportunidades que abren las tecnologías de la información y comunicaciones: *subastas en línea de pasajes de avión, ofertas de plazas de hotel "last minute",...*
- ⇒ **Los destinos turísticos están desarrollando nuevos sistemas** para aumentar su presencia, mejorar su imagen y atraer reservas directas: *DMS.*

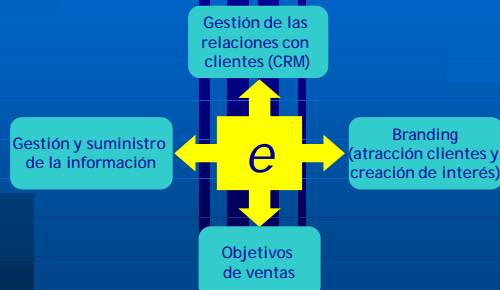
Foro de Innovación de las Américas Uruguay, abril 2008



### Sobre el marketing

- La exigencia de **mayor tamaño y volumen**, obliga a tener que compartir recursos (cooperación)
- Es imprescindible disponer de **mayor rapidez y dinamismo**
- Dada la gran competitividad, se precisa mayores niveles de **creatividad y originalidad**
- Es imprescindible la **sistematización y continuidad** para lograr un posicionamiento adecuado en los mercados

### Internet afecta a todas las fases del ciclo de marketing y ventas



### Es ya un elemento integrado del marketing mix



### Capítulo 3º

### Las incertidumbres del mañana

Podemos hacer algunas reflexiones sobre lo que "puede ser el futuro" por los efectos de las TIC en el turismo.

*Cogito ergo sum*

© Javier Gallego Sobre la demanda

- 1- En un futuro próximo, **todos los viajeros** turísticos serán e-viajeros ?? . Habrán no e-Turistas ???
- 2- Todos los productos turísticos tendrán el mismo tipo de e-viajeros, o **habrán productos más favorables** que otros?
- 3- Y **cuáles** serán estos?
- 4- Y todos los e-viajeros serán **rentables** ??

Foro de Innovación de las Américas Uruguay, abril 2008

© Javier Gallego Sobre la oferta

- Las TIC podrán alterar completamente la **estructura** de la industria y variar las reglas de la competencia, tal y como hoy las conocemos ???
- Las TIC podrán utilizarse para crear **nuevas ventajas competitivas** duraderas, proporcionando a las organizaciones una competitividad más estable ???
- Las TIC podrán ayudar a que surjan **nuevas líneas de negocio** y/o nuevas organizaciones ??? .

Foro de Innovación de las Américas Uruguay, abril 2008

© Javier Gallego Sobre la distribución

- 1- La cada vez mayor transparencia del sector **favorecerá, siempre al cliente** ?? .
- 2- La concentración de los e-intermediarios **perjudicará a la oferta** ??
- 3- Los **clientes** serán "e-manejados" por los TTOO ??
- 4- Habrán **nuevas oportunidades de negocio** para los "pequeños distribuidores" ?
- 5- Acabará costando más **la distribución "on line"** que la tradicional ??

Foro de Innovación de las Américas Uruguay, abril 2008

© Javier Gallego Sobre el marketing

- 1- Internet "on line" acabará exigiendo **más recursos** que el marketing tradicional??
- 2- Habrá que considerar a Internet, no como un canal "más", sino como un canal **"con vida propia"** ??
- 3- Los destinos turísticos podrán tener una **e-política turística "pública"** diferente de la "privada" ??

Foro de Innovación de las Américas Uruguay, abril 2008

© Javier Gallego

**Capítulo 4°**

**Las conclusiones.  
Al menos, las más**

Foro de Innovación de las Américas Uruguay, abril 2008

© Javier Gallego

"la gota de agua horada la piedra, no por su fuerza sino por su constancia".

R. Tagore

Foro de Innovación de las Américas Uruguay, abril 2008

© Javier Gallego

“Si en la vida hay algo permanente, eso es el cambio”

Heráclito

Foro de Innovación de las Américas

Uruguay, abril 2008

© Javier Gallego

“ Sólo sé, que no sé nada”

Sócrates

Foro de Innovación de las Américas

Uruguay, abril 2008

© Javier Gallego

Cómo pueden ustedes comprobar, la innovación es muy .....

¡¡¡ antigua !!!

Foro de Innovación de las Américas

Uruguay, abril 2008

© Javier Gallego

II Foro de Innovación de las Américas

Uruguay, marzo- abril de 2008

Foro de Innovación de las Américas

Uruguay, abril 2008